*Supplemento ordinario alla “Gazzetta Ufficiale” n. 62 del 16 marzo 2009 - Serie generale*

*Spediz. abb. post. 45% - art. 2, comma 20/b*
*Legge 23-12-1996, n. 662 - Filiale di Roma*

DELLA REPUBBLICA ITALIANA

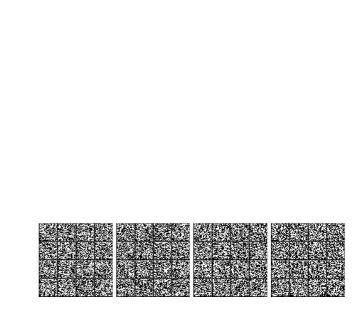
*PARTE PRIMA* **Roma - Lunedì, 16 marzo 2009** SI PUBBLICA TUTTI I GIORNI NON FESTIVI

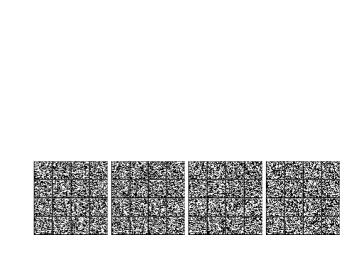
DIREZIONE E REDAZIONE PRESSO IL MINISTERO DELLA GIUSTIZIA - UFFICIO PUBBLICAZIONE LEGGI E DECRETI - VIA ARENULA 70 - 00186 ROMA
AMMINISTRAZIONE PRESSO L'ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO - LIBRERIA DELLO STATO - PIAZZA G. VERDI 10 - 00198 ROMA - CENTRALINO 06-85081

**N. 31**

# AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 13 febbraio 2009.

**Mercato dell’accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili.** (Deliberazione n. 65/09/CONS).

# S O M M A R I O

**AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

# DECRETI E DELIBERE DI ALTRE AUTORITÀ

## AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 13 febbraio 2009.

**Mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili.** (Deliberazione n. 65/09/CONS).

### L'AUTORITA'

NELLA sua riunione del Consiglio del 13 febbraio 2009;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante "Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 31 luglio 1997, n. 177 - supplemento ordinario n. 154;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante "Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 18 novembre 1995, n. 270 - supplemento ordinario n. 136;

VISTE le direttive n. 2002/19/CE ("direttiva accesso"), 2002/20/CE ("direttiva autorizzazioni"), 2002/21/CE ("direttiva quadro"), 2002/22/CE ("direttiva servizio universale"), pubblicate sulla Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee del 24 aprile 2002, L 108;

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante "Codice delle comunicazioni elettroniche" pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 215 (il "Codice");

VISTA la Raccomandazione della Commissione dell'11 febbraio 2003 n. 2003/311/CE relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee L 114 dell'8 maggio 2003 (la "precedente Raccomandazione");

VISTA la Raccomandazione della Commissione del 17 dicembre 2007 n. 2007/879/CE relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee L 344/65 del 28 dicembre 2007 (la "Raccomandazione");

VISTE le Linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo

comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, pubblicate sulla Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee C 165 dell'11 luglio 2002 (le "Linee Direttici");

VISTA la Raccomandazione della Commissione del 23 luglio 2003, relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all'articolo 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, che istituisce un quadro normativo comune per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee L 190 del 30 luglio 2003;

VISTA la delibera n. 316/02/CONS del 9 ottobre 2002, recante "Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e successive modificazioni e integrazioni", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 5 novembre 2002, n. 259 e successive modificazioni;

VISTA la delibera n. 217/01/CONS del 24 maggio 2001 recante "Regolamento concernente l'accesso ai documenti", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 20 giugno 2001, n. 141 e successive modifiche;

VISTA la delibera n. 453/03/CONS del 23 dicembre 2003, recante "Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all'articolo 11 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259" pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 28 gennaio 2004, n. 22;

VISTO l'accordo di collaborazione tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di comunicazioni elettroniche del 27 gennaio 2004;

VISTA la delibera n. 118/04/CONS del 5 maggio 2004, recante "Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche" pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 19 maggio 2004, n. 116 e successive modificazioni;

VISTA la delibera n. 46/06/CONS, concernente il "Mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili (mercato n. 15 della raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato ed individuazione degli obblighi regolamentari", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 46 del 24 febbraio 2006;

VISTA la delibera n. 343/07/CONS recante "Consultazione pubblica sull'utilizzo delle bande di frequenza a 900, 1800 e 2100 MHz da parte dei sistemi radiomobili", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 185 del 10 agosto 2007;

VISTA la delibera n. 415/07/CONS recante "Disposizioni regolamentari riguardanti l'introduzione dei servizi integrati di tipo fisso-mobile", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 209 dell'8 settembre 2007;

VISTA la delibera n. 26/08/CIR recante “Revisione del Piano di Numerazione nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa”, in corso di pubblicazione sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana;

VISTA la delibera n. 168/07/CONS del 19 aprile 2007, recante “Avvio del procedimento "Identificazione ed analisi del mercato dell’accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili" ai sensi degli art. 18 e 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 113 del 17 maggio 2007;

VISTA la delibera n. 352/08/CONS, recante “Regolamento concernente la risoluzione delle controversie tra operatori di comunicazione elettronica”, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 197 del 23/08/2008 - supplemento ordinario n. 198;

VISTA la delibera n. 541/08/CONS recante “Procedure e regole per l’assegnazione e l’utilizzo delle bande di frequenza a 900 e 2100 MHz da parte dei sistemi di comunicazione elettronica”, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 235 del 7 ottobre 2008;

VISTA la delibera n. 60/08/CIR recante “Consultazione pubblica relativa alla revisione delle norme riguardanti la portabilità del numero mobile”, pubblicata sulla *Gazzetta ufficiale* della Repubblica italiana n. 190 del 14 agosto 2008 - supplemento ordinario n. 194;

VISTA la delibera n. 446/08/CONS recante “Integrazione della delibera n. 628/07/CONS concernente l’applicazione all’operatore H3G degli obblighi di cui all’art. 50 del Codice delle comunicazioni elettroniche”, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 203 del 30 agosto 2008;

VISTA la delibera n. 78/08/CIR del 26 novembre 2008 concernente “Norme riguardanti la portabilità del numero mobile” in corso di pubblicazione sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana;

VISTA la delibera n. 667/08/CONS del 26 novembre 2008 concernente il “Mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili (mercato n. 7 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea n. 2007/879/CE)”, in corso di pubblicazione sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana;

RITENUTO necessario, ai sensi dell’art. 11 del Codice, consentire alle parti interessate di presentare le proprie osservazioni sugli orientamenti relativi al tema in esame espressi dall’Autorità nel presente documento;

VISTA la delibera n. 309/08/CONS relativa alla “Consultazione pubblica concernente l’identificazione e l’analisi del mercato dell’accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili”, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 172 del 24 luglio 2008 - supplemento ordinario n. 181;

VISTE le istanze di audizione pervenute da parte delle società Wind Telecomunicazioni S.p.A., COOP Italia soc. coop., Carrefour Italia Mobile S.r.l., Poste Mobile S.p.A., Telecom Italia S.p.A., Vodafone Omnitel N.V., Fastweb S.p.A., Tiscali Italia S.p.A., Welcome Italia S.p.A., BT Italia S.p.A., Il Numero Italia S.r.l. e dell'Associazione Italiana Internet Providers;

SENTITE, in data 19 settembre 2008, le società COOP Italia soc. coop. e Carrefour Italia Mobile S.r.l.;

SENTITE, in data 22 settembre 2008, le società Fastweb S.p.A., Tiscali Italia S.p.A., Telecom Italia S.p.A. e Vodafone Omnitel N.V. e l'Associazione Italiana Internet Providers;

SENTITE, in data 23 settembre 2008, le società PosteMobile S.p.A., Welcome Italia S.p.A. e BT Italia S.p.A.;

SENTITE, in data 24 settembre 2008, le società Wind Telecomunicazioni S.p.A. e Il Numero Italia S.r.l.;

VISTI i contributi prodotti dai soggetti partecipanti alla consultazione pubblica di cui alla delibera n. 309/08/CONS del 5 giugno 2008, quali, oltre i soggetti auditi, le società Conad Insim S.r.l., 1288 Servizio di Consultazione Telefonica S.r.l., Eutelia S.p.A., Seat Pagine Gialle S.p.A.;

CONSIDERATO quanto segue:

# 1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO E REGOLAMENTARE

## 1.1. Il quadro di riferimento normativo

1. Il quadro di riferimento normativo della presente analisi è costituito principalmente dalle seguenti direttive entrate in vigore il 24 aprile 2002 (c.d. quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica):

- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (2002/21/CE), c.d. “direttiva quadro”;
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (2002/20/CE), c.d. “direttiva autorizzazioni”;
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa all’accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all’interconnessione delle medesime (2002/19/CE), c.d. “direttiva accesso”;
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (2002/22/CE), c.d. “direttiva servizio universale”;
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 luglio 2002 relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (2002/58/CE), c.d. “direttiva protezione dati”.[1]

2. Inoltre, particolare rilievo rivestono:

- la Raccomandazione relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 17 dicembre 2007 (“la Raccomandazione”);
- le Linee direttrici della Commissione per l’analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, adottate dalla Commissione il 9 luglio 2002 (le “Linee direttrici”);
- la Raccomandazione relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all’articolo 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 23 luglio 2003 (la “Raccomandazione sull’art. 7”).

[1] In GUCE L 201 del 31 luglio 2002, pag. 37.

3. Il quadro normativo sopra delineato e, in particolare, la direttiva quadro, la direttiva accesso, la direttiva autorizzazioni e la direttiva servizio universale sono state recepite in Italia dal d.lgs. 259/03 del 1° agosto 2003, recante "Codice delle comunicazioni elettroniche" (di seguito, anche il "Codice").

4. La Raccomandazione, che sostituisce la Raccomandazione della Commissione dell'11 febbraio 2003 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione *ex ante* (la "precedente Raccomandazione"), ha ad oggetto i sette mercati rilevanti dei prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche le cui caratteristiche sono tali da giustificare l'imposizione degli obblighi di regolamentazione *ex ante*. L'art. 15, comma 3 e l'art. 7, comma 4, della direttiva quadro prevedono che uno Stato membro, ove ricorrano particolari circostanze, possa identificare un mercato rilevante differente da quelli previsti dalla Raccomandazione. Tali disposizioni sono state recepite dall'art. 18 e dall'art. 12, comma 4, del Codice.

5. Le Linee direttrici della Commissione illustrano i criteri cui le Autorità nazionali di regolamentazione (di seguito, le ANR o le Autorità) devono fare riferimento nell'ambito delle analisi dei mercati di cui agli artt. 14, 15 e 16 della direttiva quadro, recepiti rispettivamente dagli artt. 17, 18 e 19 del Codice.

6. Il percorso che il quadro normativo comunitario delinea per l'analisi sulla concorrenzialità dei mercati richiede che le ANR procedano dapprima alla definizione del mercato, sia con riferimento ai mercati identificati dalla Commissione come suscettibili di regolamentazione *ex ante* (indicati nell'Allegato della Raccomandazione"), sia con riferimento ad eventuali ulteriori mercati non inclusi in tale lista.

7. Una volta definito il mercato dal punto di vista merceologico e geografico, le ANR procedono alla verifica dell'eventuale sussistenza, sul mercato individuato, di imprese che detengano, individualmente o congiuntamente, un significativo potere di mercato. All'esito della suddetta analisi, le ANR introducono, rimuovono o modificano obblighi regolamentari. La definizione dei mercati rilevanti e l'analisi degli stessi devono essere condotte dalle ANR conformemente ai principi del diritto della concorrenza, tenendo nel massimo conto la Raccomandazione e le Linee direttrici. Tuttavia, dal momento che cambia l'orizzonte temporale di riferimento, non si può escludere che, in taluni casi, i mercati definiti ai fini della regolamentazione settoriale possano non coincidere con i mercati definiti ai fini del diritto della concorrenza. Infatti, nel caso della regolamentazione, la definizione dei mercati è sempre svolta in chiave previsionale, in quanto le ANR devono tenere conto, oltre che delle condizioni di mercato esistenti, anche della prevedibile evoluzione futura.

### 1.2. Il quadro di riferimento regolamentare

8. Il mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili era incluso nella lista dei mercati rilevanti identificati dalla Commissione europea nella Raccomandazione n. 2003/311/CE (c.d. mercato n. 15). Gli esiti dell'analisi di mercato compiuta dall'Autorità - nell'ambito del primo ciclo di analisi di mercato - sono contenuti nella delibera n. 46/06/CONS.

9. Nella suddetta delibera, l'Autorità ha definito il mercato dell'accesso e dell'originazione delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili come il mercato della fornitura congiunta di accesso e originazione da parte di operatori di rete mobile (di seguito anche *Mobile Network Operator* – MNO) nazionali ad operatori sprovvisti di risorse radio (di seguito anche *Mobile Virtual Operator* – MVO), che permetta a questi ultimi di fornire servizi finali, sia vocali, sia dati quali gli SMS. Nel suddetto mercato, avente dimensione nazionale, sono state riscontrate condizioni di sufficiente concorrenza.

10. Tuttavia, considerate alcune criticità rilevate nel corso dell'istruttoria quali l'assenza di accordi tra MNO e MVO e l'evidenza non univoca sull'andamento dei prezzi medi unitari, l'Autorità ha previsto "un'attività di monitoraggio del mercato e delle negoziazioni in corso tra MNO ed operatori sprovvisti di risorse radio al fine di verificare che il mercato tenda irreversibilmente verso una struttura competitiva" e si è riservata "di intervenire qualora l'attività di monitoraggio dia esisti negativi, al fine di tutelare la concorrenza ed i consumatori" (art. 3, commi 1 e 3, della delibera n. 46/06/CONS).[2]

11. L'attività di monitoraggio è stata condotta tra marzo e aprile 2007. A tale data, l'Autorità ha rilevato che gli MNO avevano concluso tre accordi giuridicamente vincolanti per la fornitura di servizi di accesso *wholesale* alla propria rete di comunicazione mobile. Esaminati la natura degli accordi e il contesto concorrenziale, l'Autorità ha ritenuto che la conclusione di accordi con imprese di grande distribuzione, nonché la stipula di un unico accordo con un operatore di rete fissa attivo solo nei mercati rivolti alla clientela affari, seppure significativi, non potevano essere considerati di per sé risolutivi delle criticità nei mercati dell'accesso alle reti mobili.

12. Di conseguenza, l'Autorità ha ritenuto opportuno avviare il presente procedimento, volto ad identificare ed analizzare il mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili (delibera n. 168/07/CONS).

---

[2] In tal modo, l'Autorità ha raccolto altresì l'invito della Commissione europea – espresso nella lettera SG-Greffe (2005) D/206078 del 9 novembre 2005 relativa allo schema di provvedimento sul mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili notificato dall'Autorità il 10 ottobre 2005 – a "monitorare attentamente il mercato al fine di verificare che esso tenda irreversibilmente verso una struttura competitiva in cui non si configurino effetti derivanti da comportamenti taciti coordinati" e a verificare che gli MNO garantiscano l'accesso agli MVO al fine di consentire a questi ultimi di fornire servizi in concorrenza sul mercato *retail*, tra i quali servizi convergenti fisso/mobile.

13. Nel medesimo provvedimento, l'Autorità ha riscontrato la necessità di valutare le condizioni concorrenziali vigenti nel settore della telefonia mobile alla luce dello sviluppo dei processi di convergenza tra servizi di telefonia fissa e servizi di telefonia mobile e, in particolare, dell'evoluzione dei servizi integrati fisso-mobile forniti utilizzando esclusivamente la rete mobile oppure la rete mobile e la rete fissa a banda larga.

14. Inoltre, l'Autorità ha ravvisato l'opportunità di proseguire l'esame del mercato della raccolta su rete mobile delle chiamate dirette verso numerazioni non geografiche (NNG). In tale ambito, l'Autorità, nel gennaio 2007, aveva condotto una consultazione pubblica nazionale (delibera n. 732/06/CONS), notificata contestualmente alla Commissione europea, e adottato un provvedimento di urgenza, il 7 settembre 2006, focalizzato sulla regolamentazione dei prezzi dei servizi di originazione da rete mobile utilizzati per la fornitura del servizio informazione abbonati (delibera n. 504/06/CONS). Quest'ultimo provvedimento ha avuto efficacia fino al 28 febbraio 2007 mentre lo schema di provvedimento sul mercato della raccolta su rete mobile della chiamate dirette verso numerazioni non geografiche (caso IT/2007/575) è stato ritirato dall'Autorità a seguito dell'apertura da parte delle Commissione europea della c.d. II fase.

15. Successivamente all'avvio del procedimento è intervenuto un importante mutamento nel quadro regolamentare. In particolare, la Commissione europea ha rimosso il mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate da reti mobili dalla lista, contenuta nell'allegato alla Raccomandazione, dei mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione *ex ante*. Alla luce di ciò e considerato il fatto che nell'ambito della prima analisi del mercato è stata riscontrata la sussistenza di condizioni di sufficiente concorrenza, l'Autorità non sarebbe tenuta a svolgere nuovamente l'analisi del mercato.

16. Ciò nonostante, dato che i temi alla base dell'avvio del procedimento permangono di rilievo, l'Autorità ha riscontrato comunque la necessità di proseguire l'esame del mercato in questione. A tal fine – non essendo il mercato incluso nella Raccomandazione – l'Autorità deve necessariamente effettuare il c.d. triplo test al fine di stabilire se il mercato sia suscettibile, in base alle circostanze nazionali, di una regolamentazione *ex ante*. Un'eventuale regolamentazione *ex ante* potrebbe in ogni caso essere imposta solo se il triplo test risultasse soddisfatto e se l'analisi del mercato dimostrasse l'esistenza di una o più imprese con significativo potere di mercato. Nel caso in cui, invece, il triplo test non dovesse essere soddisfatto, non vi sarebbe necessità di procedere ad una analisi del significativo potere di mercato.

17. Va rilevato, infine, che, nell'estate 2007, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM) ha concluso – con l'adozione di due distinti provvedimenti – l'istruttoria A/357 avviata nei confronti delle società Telecom Italia Mobile S.p.A., Vodafone Omnitel N.V. e Wind Telecomunicazioni S.p.A. e volta ad accertare l'esistenza di eventuali violazioni degli articoli 81 e/o 82 del Trattato CE, *inter alia*, nel mercato dei servizi all'ingrosso di accesso su rete mobile. Più precisamente, nella

riunione del 24 maggio 2007, l'AGCM (provvedimento 16871) ha deciso di accettare, rendendolo obbligatorio, l'impegno presentato da Vodafone nell'ambito dell'istruttoria e di chiudere il procedimento nei confronti di tale operatore, senza accertare le infrazioni, ai sensi dell'art. 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90.[3] Nella riunione del 3 agosto 2007, invece, l'AGCM (provvedimento 17131) ha chiuso il procedimento nei confronti di Telecom Italia e Wind, senza riscontrare elementi sufficienti a provare una posizione dominante collettiva degli operatori mobili nel mercato all'ingrosso dei servizi di accesso alle infrastrutture di rete mobile.

## 2. DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE

### 2.1. Introduzione

18. Ai sensi dell'articolo 18 del Codice, l'Autorità, tenendo in massima considerazione la Raccomandazione e le Linee direttrici, definisce i mercati rilevanti conformemente ai principi del diritto della concorrenza e sulla base delle caratteristiche e della struttura del mercato nazionale delle comunicazioni elettroniche.

19. Nell'ambito della pratica del diritto della concorrenza, la definizione del mercato è quel processo il cui fine è di individuare un insieme di prodotti/servizi e loro fornitori (attuali e potenziali) che siano effettivamente alternativi per la soddisfazione di un determinato bisogno economico, delimitandone al tempo stesso l'ambito geografico di riferimento. In tal senso, il mercato rilevante presenta sia una dimensione merceologica sia una dimensione geografica.

20. Secondo una giurisprudenza consolidata, il mercato del prodotto/servizio rilevante comprende i prodotti o i servizi sostituibili o sufficientemente intercambiabili, in funzione non solo delle loro caratteristiche obiettive, dei loro prezzi e dell'uso cui sono destinati, ma anche in funzione delle condizioni di concorrenza e/o della struttura della domanda e dell'offerta sul mercato in questione. Pertanto l'Autorità, oltre a considerare i prodotti o servizi sufficientemente intercambiabili per caratteristiche obiettive, prezzi e destinazione, analizza le condizioni di sostituibilità prevalenti dal lato della domanda e dell'offerta applicando il test del monopolista ipotetico, *small but significant non transitory increase in price* (SSNIP test).

21. Una volta identificato il mercato del prodotto/servizio rilevante, l'Autorità procede alla definizione della dimensione geografica del mercato, ossia dell'area in cui i soggetti interessati sono attivi dal lato dell'offerta e della domanda dei prodotti/servizi in questione, in cui le condizioni della concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee e che può essere distinta dalle aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti

---

[3] L'impegno presentato da Vodafone e consisteva nel "fare quanto ragionevolmente possibile al fine di concludere entro il 31 marzo 2007, con un soggetto ('Operatore') disponibile, un accordo giuridicamente vincolante, preparatorio o definitivo, avente ad oggetto la fornitura di servizi di accesso *wholesale* alla propria rete di comunicazione mobile presente in Italia, tale da permettere all'Operatore di sviluppare una propria e autonoma offerta commerciale di servizi di comunicazione mobile alla clientela finale [...]".

della concorrenza sono sostanzialmente diverse. Il punto di partenza per la definizione dei limiti del mercato geografico è analogo a quello sopra descritto per la valutazione della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta (SSNIP test), anche se – in alcuni casi – la diretta applicazione del test del monopolista ipotetico potrebbe condurre all'individuazione di mercati di ambito geografico molto ristretto, quali un singolo comune o l'area servita da una singola centrale. In tali casi, è opportuno che a prevalere sia sempre il concetto di omogeneità delle condizioni competitive.

### 2.2. Il mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili nella definizione della Commissione

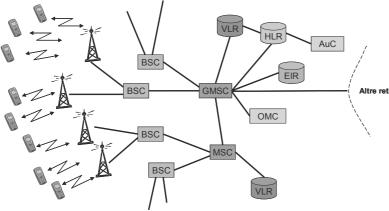
22. Il mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili, che era indicato come mercato n. 15 nella Raccomandazione n. 2003/311/CE, non è più incluso (cfr. *supra*) nella lista dei mercati rilevanti identificati dalla Commissione europea nella nuova Raccomandazione n. 2007/879/CE del 17 dicembre 2007.

23. Nella delibera n. 46/06/CONS, l'Autorità ha definito il mercato dell'accesso e dell'originazione delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili come il mercato della fornitura congiunta di accesso e originazione da parte di operatori di rete mobile nazionali ad operatori sprovvisti di risorse radio, che permetta a questi ultimi di fornire servizi finali, sia vocali, sia dati, quali gli SMS.

### 2.3. Descrizione tecnica del servizio di accesso e di raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili

24. Il servizio di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili è il servizio che consente la copertura del territorio (e quindi di illuminare il cliente finale) e il collegamento dalla SIM dell'utente fino al primo nodo di commutazione.

25. Di seguito vengono descritte, in modo schematico e a mero scopo illustrativo, l'architettura di una rete di accesso mobile (Figura 1) e le diverse modalità di fornitura all'ingrosso dei servizi di accesso e originazione alle reti mobili.

**Figura 1 – Architettura di una rete di accesso mobile**

26. Dal punto di vista delle funzionalità, tale architettura può essere scomposta in quattro sottosistemi:

a) il sottosistema radio, composto dal terminale mobile (l'*handset*) e dal sistema radio, ossia le parti che garantiscono la copertura del territorio e la condivisione dello spettro tra gli utenti. La capacità radioelettrica è condivisa fra tutti gli utenti che si trovano nella stessa "cella" di copertura, gestendo (nel GSM a livello delle BSC – *Base Station Controller*) la risorsa radio nel tempo, nella frequenza, oppure operando mediante assegnazione di un numero limitato di "codici";
b) il sottosistema di rete, ossia le parti che realizzano la raccolta del segnale fino ai nodi di commutazione (ad esempio nel caso GSM il *Mobile Switching Center* - MSC - ed il *Gateway* MSC);
c) il sottosistema che indichiamo in maniera semplificativa "di segnalazione", composto da quegli apparati del sottosistema di rete che realizzano la gestione della mobilità e l'autenticazione dei terminali (sempre per il caso GSM, queste funzioni sono associabili ai database *Home Location Register*, *Visitor Location Register*, *Authentication Center*, *Equipment Identity Register*, rispettivamente HLR, VLR, AUC, EIR).
d) il sottosistema di esercizio e manutenzione, ossia le parti che realizzano l'amministrazione della rete e la gestione della tariffazione e della sicurezza.

Tale suddivisione risulta valida indipendentemente dalla tecnologia utilizzata (GSM, GPRS, UMTS), in quanto esistono sensibili differenze nella modalità operative di tali sottosistemi, ma non nelle funzionalità da essi offerte. In particolare, essendo il sistema GSM la base sulla quale si sono sviluppati poi i successivi sistemi, da qui in avanti si farà riferimento alla terminologia normalmente utilizzata per tale sistema.

27. Le modalità di fornitura all'ingrosso dei servizi di accesso e originazione alle reti mobili si caratterizzano in relazione al grado di infrastrutturazione richiesto agli MVO. Sulla base di ciò, è possibile distinguere il modello di *business* dell'MVO.

28. La soluzione che consente all'operatore virtuale di massimizzare il controllo del cliente e delle sue chiamate è rappresentata dal Mobile Virtual Network Operator (di seguito anche MVNO). Tale soluzione prevede che l'MNO metta a disposizione l'uso delle frequenze radio della propria rete e quegli elementi fisici necessari per trasportare la chiamata dall'elemento radio (per esempio, il BTS nella rete GSM) al primo punto di interconnessione, dove l'operatore ospitato può utilizzare i propri apparati. L'operatore MVNO emette le carte SIM (*Subscriber Identification Module*), detiene una propria numerazione ed è responsabile della commutazione, del trasporto e della terminazione delle chiamate, nonché delle attività attinenti alla localizzazione del cliente e alla rete di segnalazione.

29. Tale soluzione è assimilabile, sotto il profilo tecnico, ai servizi di *roaming* nazionale. Infatti, l'acquisto all'ingrosso del servizio di *roaming* consente a un operatore di fornire ai propri clienti la possibilità di effettuare e/o ricevere chiamate anche in zone geografiche in cui non ha la rete di accesso e di mantenere sotto la propria responsabilità tecnica il trasporto e la terminazione della chiamata, nonché le attività di segnalazione e di localizzazione del cliente.

30. La soluzione tecnica ESP (*Enhanced Service Provider*) richiede all'MVO investimenti di rete più contenuti rispetto alla soluzione MVNO. Tale soluzione prevede che l'MNO fornisca, per ciascun cliente dell'operatore virtuale, i servizi di accesso e originazione, nonché i servizi di terminazione. In particolare, l'MNO è responsabile delle operazioni di verifica dinamica dello stato del terminale associato al cliente (ad esempio, localizzazione e autenticazione), le cui informazioni sono poi trasmesse all'MVO. L'operatore ESP ha così modo di svolgere le attività di gestione del cliente (commercializzazione, fatturazione e assistenza) ed, eventualmente, provvedere in proprio alla commutazione ed al trasporto delle chiamate, tramite proprie reti o reti affittate da terzi.

31. Il Fornitore di Servizi (o SP - *Service Provider*) è un soggetto che fornisce al pubblico servizi di telecomunicazioni, con esclusione del servizio di telefonia vocale, avvalendosi di un accordo con un operatore di rete mobile; può essere responsabile delle attività di assistenza al cliente e fatturazione ed utilizzare un proprio marchio commerciale. Dal punto di vista tecnico, la soluzione adottata da tale tipo di operatore è assimilabile a quella di un ESP, con le differenze che conseguono dal fatto che un ESP offre anche servizi voce.

32. La soluzione tecnica ATR prevede che l'MNO fornisca l'accesso, l'originazione e il trasporto del segnale fino alla terminazione; l'MNO gestisce per intero, dal punto di vista tecnico, le chiamate per conto dell'operatore virtuale. L'MVO non possiede di fatto infrastrutture se non quelle necessarie alla gestione del cliente (commercializzazione, fatturazione e assistenza); per lo svolgimento di tali operazioni,

ovviamente, le informazioni sulle prestazioni tecniche relative al cliente devono essere trasferite dall'MNO all'MVO.

33. La soluzione di accesso indiretto IAP (Indirect Access Provider) configura un modello di originazione ed è assimilabile a quella realizzabile su rete fissa attraverso le prestazioni di *carrier selection* e *preselection*. L'MNO fornisce servizi di originazione all'MVO attraverso una relazione di interconnessione di raccolta. Lo IAP non emette e non appone il proprio marchio sulle SIM *card* e il cliente conserva quindi il proprio abbonamento alla rete di accesso dell'operatore di rete mobile.

34. Inoltre, si rileva che, dal punto di vista del modello di *business* e al di là della specifica categoria di appartenenza, un operatore virtuale che vuole entrare nel mercato *retail* della telefonia mobile opera una scelta primaria nel richiedere all'MNO una delle seguenti opzioni: i) un servizio di tipo *end-to-end*, ii) un servizio di semplice raccolta delle chiamate. Nel primo caso, l'MNO fornisce un servizio tecnico completo all'MVO, il quale si occupa quindi solo degli aspetti commerciali e di *customer care* riguardanti il cliente; questo tipo di servizio viene in genere richiesto da quegli operatori (usualmente nuovi entranti nel settore delle telecomunicazioni) che intendono realizzare un modello di *business* orientato allo sviluppo di servizi innovativi che trovano applicazione in un settore diverso da quello delle telecomunicazioni. Nel secondo caso, l'MNO fornisce un servizio di raccolta delle chiamate, quindi l'MVO provvede in proprio al completamento delle chiamate (commutazione, interconnessione, terminazione, aspetti commerciali); questo tipo di servizio viene richiesto in genere da operatori che già posseggono infrastrutture di telecomunicazioni in quanto, ad esempio, operatori di telefonia fissa.

35. Infine, anche alla luce della situazione riscontrata in Italia, si sottolinea che le differenze tra le soluzioni ESP ed MVNO risultano ridotte se si considera la flessibilità nel ricorso alle infrastrutture da parte dell'operatore virtuale, sebbene un ESP infrastrutturato possa differire dall'MVNO per via della mancanza di una gestione indipendente della localizzazione e della terminazione. Anche dal punto di vista della numerazione, inoltre, è in discussione la possibilità di assegnare un arco proprio di numerazione e, quindi, permettere la "produzione" di SIM proprie, ad entrambe le categorie di operatori virtuali. Questa problematica è stata già rilevata nell'ambito della consultazione pubblica condotta dall'Autorità sulla revisione del Piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni (delibera di consultazione pubblica n. 44/07/CIR), che si è concretizzata nella definizione del nuovo Piano di numerazione con la delibera n. 26/08/CIR. In particolare, nell'allegato B a tale delibera, viene preso atto del fatto che le definizioni di MVNO e ESP al momento disponibili costituiscono una mera schematizzazione della effettiva realtà di mercato che presenta aspetti di rigidità eccessivi rispetto alla situazione che si va delineando, alla luce delle istanze che provengono da parte dei nuovi soggetti operatori virtuali, affinché non vi siano vincoli alla possibilità per un operatore virtuale di acquisire in proprio diritti d'uso della numerazione d'utente da impiegare per i propri clienti, soprattutto per il grado di libertà che ciò comporta nello sviluppare le proprie strategie commerciali.

### 2.4. Soggetti attivi dal lato della domanda e dell'offerta

36. I servizi di accesso e di raccolta della chiamate sulle reti mobili pubbliche sono offerti dagli MNO, in virtù delle reti mobili che ciascun operatore ha realizzato sul territorio italiano a seguito dell'assegnazione di risorse radio. In Italia, gli operatori di rete mobile sono quattro: Telecom Italia S.p.A. (di seguito Telecom Italia), Vodafone Omnitel N.V. (di seguito Vodafone), Wind Telecomunicazioni S.p.A. (di seguito Wind) e H3G S.p.A. (di seguito H3G).

37. Le imprese che non dispongono di risorse radio (e quindi non possono realizzare una rete mobile) domandano il bene intermedio dell'accesso al fine di proporre servizi di telefonia mobile agli utenti finali. In Italia, le imprese sprovviste di risorse radio che hanno siglato accordi per la fornitura dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete mobile sono – al momento – le seguenti: Coop Italia società cooperativa, Tiscali S.p.A., Carrefour Italia Mobile S.r.l., BT Italia S.p.A., PosteMobile S.p.A., Consorzio Nazionale Dettaglianti società cooperativa, Daily Telecom S.r.l., Auchan S.p.A., Autostrade per l'Italia S.p.A., Fastweb S.p.A., Philippine Long Distance Telephone Company, 50&Più Fenacom. I contratti in questione sono stati stipulati nel corso dell'ultimo anno e pertanto le imprese sono entrate nel mercato di recente o si accingono ad entrare nei prossimi mesi.

38. I servizi di accesso e di raccolta sono altresì utilizzati dagli MNO che, in quanto imprese verticalmente integrate, utilizzano i servizi in questione per offrire direttamente i servizi di comunicazione mobile e personale agli utenti finali.

### 2.5. Definizione del mercato al dettaglio

#### 2.5.1. Il mercato del prodotto/servizio al dettaglio

39. In linea con quanto indicato nella Raccomandazione, il punto di partenza per la definizione dei mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante* è la definizione dei corrispondenti mercati al dettaglio su un dato arco di tempo, tenuto conto della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta. Una volta definiti i mercati al dettaglio, che riguardano la domanda e l'offerta per gli utenti finali, è opportuno individuare i mercati all'ingrosso rilevanti, cioè i mercati che riguardano l'offerta di prodotti/servizi a operatori interessati a fornire gli utenti finali.

40. Pertanto, il primo passo per la definizione del mercato dei servizi di accesso e raccolta delle chiamate sulle reti pubbliche mobili è costituito dalla definizione del corrispondente mercato al dettaglio.

41. A tal fine, saranno analizzati esclusivamente quegli elementi caratterizzanti il servizio offerto all'utenza finale suscettibili di influenzare la definizione del corrispondente mercato all'ingrosso.

42. Nella presente analisi, la determinazione del perimetro merceologico e geografico del mercato al dettaglio delle comunicazioni mobili e personali rappresenta il punto di partenza per pervenire alla definizione del mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti pubbliche mobili. Difatti, le caratteristiche del mercato *retail* informano il comportamento degli MNO e degli MVO che, nel mercato all'ingrosso in esame, scambiano alcuni input produttivi necessari per la fornitura di servizi in mobilità ai clienti finali e ne influenzano il relativo grado di concorrenza.

43. Allo scopo di pervenire alla corretta caratterizzazione del mercato al dettaglio dei servizi di comunicazione mobile (e di valutare – come indicato nella delibera di avvio di procedimento e nell'ambito della delibera n. 415/07CONS – le condizioni concorrenziali vigenti nel settore della telefonia mobile a seguito dello sviluppo dei processi di integrazione tra servizi di telefonia fissa e servizi di telefonia mobile e di proseguire l'esame del mercato della raccolta su rete mobile delle chiamate verso NNG), l'Autorità nei successivi paragrafi ha verificato se esiste in Italia:

i) un unico mercato dei servizi di comunicazione, che include i servizi erogati da postazione fissa e da postazione mobile (sostituibilità fisso-mobile);

ii) un unico mercato dei servizi di comunicazione mobile, che include l'insieme dei servizi forniti in mobilità (c.d. *cluster market*).

*2.5.1.1. Sostituibilità fisso-mobile*

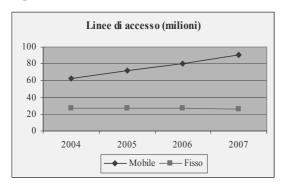
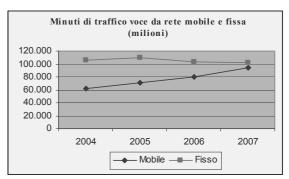
44. Nel verificare se i servizi fruiti in postazione fissa rappresentano, nel contesto italiano, un valido sostituto dei servizi in mobilità, si osserva che la differenza cruciale tra i servizi mobili e quelli in postazione fissa è data dal fattore mobilità, che consente all'utente di telefonia cellulare di comunicare indipendentemente dall'ubicazione geografica. Il consumatore finale ricerca – nei servizi di telefonia mobile – principalmente la possibilità di effettuare e ricevere chiamate in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo, anche quando non dispone di una linea di accesso in postazione fissa. Peraltro, i servizi di comunicazione mobile hanno natura personale, ossia consentono di chiamare direttamente la persona che si desidera raggiungere. In tal senso, il consumatore difficilmente potrà considerare i servizi fissi come validi sostituti dei servizi mobili.

45. I servizi di comunicazione in mobilità differiscono da quelli in postazione fissa anche per altre caratteristiche qualitative. Gli standard qualitativi della telefonia mobile risultano al momento generalmente inferiori, per l'accesso ai servizi voce, a quelli garantiti da rete fissa, in riferimento ad esempio all'accessibilità alla rete – basti pensare alla maggiore probabilità di blocco della chiamata su rete mobile ed alla problematica della copertura radio, quest'ultima assente nella telefonia fissa – ma anche alla differente qualità vocale percepita dall'utente: infatti, nel caso della telefonia mobile, in virtù dell'impiego di una codifica del segnale vocale a minore occupazione di banda, la qualità "percepita" della voce risulta inferiore. Analogamente, i servizi di accesso a

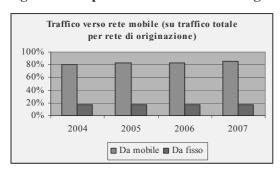
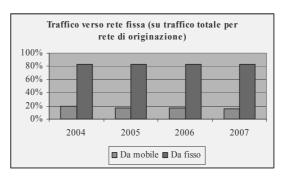
banda larga fruiti da rete fissa consentono oggi in media una migliore qualità e una maggiore velocità delle trasmissioni.

46. Pertanto, le caratteristiche obiettive rendono le due classi di servizi in esame, dal punto di vista della domanda, tra loro non sufficientemente intercambiabili. Sebbene la qualità dei servizi voce e dei servizi di accesso a banda larga su rete mobile risulti inferiore a quella disponibile su rete fissa – e in tal senso il consumatore di servizi mobili potrebbe considerare i servizi in postazione fissa come un valido sostituto – l'elemento della mobilità distingue nettamente i due servizi. Il combinato disposto dalle differenti caratteristiche qualitative e dal fattore mobilità induce a ritenere, piuttosto, che le due classi di servizi in esame siano al momento percepite dal consumatore finale come distinte e addizionali.

47. La presenza di mercati separati è confermata dalle evidenze empiriche. L'evoluzione delle linee di rete mobile (misurate in termini di numero di SIM attive) e di rete fissa (misurate in termini di numero di accessi equivalenti), nonché l'andamento del traffico generato da rete mobile e rete fissa (misurato in termini di numero di minuti di traffico) mostrano, nel periodo 2004-2007, che il grado di utilizzo dei servizi di comunicazione mobile è cresciuto nell'ordine di grandezza delle decine di punti percentuali, a fronte di una riduzione dell'utilizzo dei servizi di comunicazione fissa nell'ordine delle unità (Figura 2).

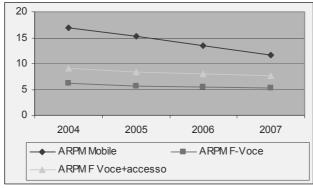
**Figura 2 – Linee di accesso e traffico voce – rete mobile e fissa**

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dalle imprese

48. Inoltre, è utile osservare la ripartizione del traffico originato, da rete mobile e da rete fissa, per rete di destinazione (Figura 3). I dati mostrano che i consumatori finali tendono a utilizzare i servizi di telefonia mobile principalmente per effettuare chiamate di tipo mobile-mobile e servizi di telefonia fissa per effettuare principalmente chiamate di tipo fisso-fisso. Tale polarizzazione appare stabile o crescente nel tempo.

**Figura 3 – Ripartizione del traffico originato da rete mobile e da rete fissa**

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dalle imprese

49. Infine, l'Autorità ha analizzato l'andamento dei ricavi medi minutari (di seguito anche *average revenue per minute* o ARPM) registrati in Italia per le chiamate vocali (verso reti mobili e fisse, nazionali e internazionali) effettuate da rete mobile e da rete fissa. Per la telefonia mobile, è stato calcolato il rapporto tra ricavi da servizi voce e minuti complessivi di traffico. Per la telefonia fissa, l'ARPM è stato calcolato sia considerando esclusivamente i servizi vocali (di seguito ARPM fisso voce), sia includendo una quota, pari al peso dei ricavi da servizi voce sul totale dei ricavi, dei servizi di accesso (di seguito, ARPM fisso voce+accesso). L'ARPM viene utilizzato – analogamente a quanto fatto, fra gli altri, da numerose autorità nazionali di regolamentazione del settore – come una *proxy* dei prezzi al minuto.

50. Nel periodo 2004-2007, l'ARPM mobile mostra un andamento decrescente, con un tasso di riduzione superiore a quello registrato nella telefonia fissa. Pertanto, l'analisi dei prezzi relativi mostra una progressiva riduzione nel tempo dei differenziali, sebbene, nel 2007, la differenza tra ARPM mobile e l'ARPM voce+accesso risulta ancora sensibile (Figura 4).

**Figura 4 – *Average revenue per minute* – fisso e mobile (centesimi di euro)**

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dalle imprese

51. Tali evidenze non escludono la presenza di alcuni elementi che potrebbero indicare un inizio di sostituzione dei servizi mobili con quelli da postazione fissa.

52. Innanzitutto, come visto, il grado di utilizzo dei servizi in postazione fissa registra una flessione nel tempo. A tal proposito, l'Istat rileva – con riferimento al consumo di servizi di comunicazione delle famiglie italiane – che "[n]el 2006, l'82,3 per cento delle famiglie possiede un telefono cellulare, dato che conferma l'andamento crescente registrato nel tempo. Al contrario, è in diminuzione la diffusione del telefono fisso nelle case: il telefono fisso è posseduto dal 76,8 per cento delle famiglie, mentre nel 2001 erano l'84,7 per cento. Continua, pertanto, a diminuire la distanza tra i livelli di diffusione di questi due strumenti di comunicazione. La diffusione del cellulare sta allargando l'utenza telefonica complessiva, pari al 97,2 per cento delle famiglie (contro il 94,9% del 2001), e allo stesso tempo il cellulare sta sostituendo il telefono fisso: la quota di famiglie che possiede solo il telefono cellulare (e non il telefono fisso) è ormai pari al 19,4 per cento (era il 10 per cento nel 2001)".[4]

**Figura 5 – Possesso del telefono fisso e cellulare (per 100 famiglie)**

Fonte: Istat (2006)

53. Un ulteriore elemento che favorisce la sostituibilità tra servizi in mobilità e i servizi in postazione fissa è rappresentato dall'evoluzione delle offerte integrate fisso-mobile. In particolare, tra le principali tipologie di offerte integrate disponibili nel mercato italiano, si registrano i servizi integrati fisso-mobile offerti esclusivamente attraverso la rete mobile e i servizi integrati fisso-mobile offerti attraverso la rete mobile e la rete fissa a banda larga.[5]

54. Entrambe le offerte in questione sono contraddistinte, *inter alia*, dalla disponibilità simultanea sul medesimo apparecchio di numeri geografici e numeri per i servizi mobili per ricevere ed effettuare chiamate, nonché dalla differenziazione delle condizioni economiche in base alla localizzazione dell'utente.

[4] Fonte: Fonte: Istat "La vita quotidiana nel 2006 - Indagine multiscopo annuale sulle famiglie: Aspetti della vita quotidiana" Anno 2006.

[5] Cfr. delibera n. 415/07/CONS per una descrizione tecnica e della regolamentazione vigente.

55. I servizi integrati fisso-mobile offerti esclusivamente attraverso la rete mobile presentano caratteristiche funzionali (disponibilità e qualità del servizio) analoghe a quelle dei servizi mobili tradizionali (non integrati). Peraltro, al momento, le offerte commerciali basate su questa tecnologia prevedono usualmente, quando l'utente è al di fuori dell'area di residenza, profili tariffari analoghi ai piani proposti agli utenti che non aderiscono a tali offerte, mentre offrono condizioni economiche più convenienti all'interno dell'area di residenza, tendenzialmente allineate alla struttura dei prezzi utilizzata per i servizi in postazione fissa. In tale contesto, l'utente finale è indotto a rinunciare alla fruzione di servizi di accesso da rete fissa e, pertanto, la diffusione dei servizi in questione incentiva la migrazione dei consumatori di servizi di comunicazione dalla rete fissa alla rete mobile e spinge verso l'adozione di un'unica rete, quella mobile, per la soddisfazione dei bisogni di comunicazione. In tal senso, gli operatori mobili che propongono servizi agli utenti finali sulla base di questa soluzione tecnica attuano una strategia di sostituzione del fisso con il mobile (*Fixed-Mobile Substitution*).

56. I servizi integrati fisso-mobile basati sull'utilizzo della rete mobile e della rete fissa a banda larga presuppongono che l'utente disponga sia dell'accesso alla rete fissa a larga banda (da utilizzare in ambiente domestico), sia dell'accesso da rete mobile. Tali servizi combinano le caratteristiche funzionali dei servizi in postazione fissa a banda larga e quelle dei servizi in mobilità, in base alla rete utilizzata dal cliente per effettuare/ricevere la chiamata. Le condizioni economiche variano a seconda della localizzazione dell'utente e della rete prescelta per le comunicazioni. Tale categoria di servizi integrati costituisce dunque un'offerta congiunta di servizi di rete fissa e di rete mobile. In tal senso, gli operatori attuano la strategia di *Fixed-Mobile Convergence*, che induce il consumatore a disporre di entrambe le reti di accesso, mentre favorisce, *ceteris paribus*, la possibilità di sostituire i servizi di traffico da rete fissa a rete mobile e da rete mobile a rete fissa, a seconda delle condizioni economiche previste dai piani tariffari.

57. Pertanto, l'analisi delle caratteristiche funzionali ed economiche delle offerte di servizi integrati fisso-mobile non consente di individuare uno specifico mercato, nell'attuale contesto del mercato italiano, dei servizi integrati fisso-mobile, distinto da quelli esistenti. Peraltro, sempre ai fini della valutazione dei servizi integrati fisso-mobile e del loro presumibile impatto sul grado di sostituibilità tra i servizi in mobilità ed i servizi in postazione fissa, si osserva che l'esistenza di condizioni economiche differenziate per le chiamate generate dalla sede dell'utente e in mobilità dimostra differenti strutture della domanda per le due classi di servizio ed, allo stesso tempo, è coerente con la struttura della vigente regolamentazione. Infine, si osserva che il numero di consumatori che ha aderito a tali offerte risulta tuttora del tutto marginale rispetto alla base clienti complessiva.

58. In conclusione, le offerte integrate di recente introduzione nel mercato, sebbene influenzino il grado di sostituibilità tra le due classi di servizi e rappresentino un ulteriore elemento che indica un inizio di sostituzione dei servizi in postazione fissa con i servizi in mobilità, non configurano, allo stato attuale, un nuovo mercato, distinto da

quelli esistenti. Tali valutazioni sono in linea con quanto già asserito dall'Autorità nella delibera n. 415/07/CONS.

Conclusione su sostituibilità fisso-mobile

59. L'analisi di sostituibilità dell'insieme delle caratteristiche obiettive, dei prezzi e dell'uso cui sono destinati i servizi di comunicazione in mobilità e in postazione fissa, nonché dell'evoluzione del mercato, lascia ritenere che nel mercato italiano, al momento e nell'arco temporale di riferimento della presente analisi, non sussista un sufficiente grado di sostituzione tra la due classi di servizi. E' ragionevole ritenere che un ipotetico monopolista che fornisca servizi di telefonia mobile avrebbe modo di imporre un incremento modesto, ma significativo e non temporaneo dei prezzi senza spingere un consistente numero di consumatori ad optare per la fruizione dei servizi vocali da rete fissa, ossia l'eventuale incremento dei prezzi potrebbe risultare profittevole per l'impresa.

60. Tale risultato – che conferma l'impostazione della prima analisi del mercato condotta dall'Autorità (cfr. delibera n. 46/06/CONS) – è peraltro in linea con la giurisprudenza antitrust, nazionale e comunitaria, e con le decisioni di altre autorità nazionali di regolamentazione del settore.[6]

61. L'Autorità ritiene pertanto che non sussista al momento un sufficiente grado di sostituibilità tra i servizi in mobilità e in postazione fissa tale da individuare, nell'arco di riferimento temporale della presente analisi, un unico mercato dei servizi di comunicazione.

*2.5.1.2. Cluster mobile*

62. L'Autorità nei successivi paragrafi ha verificato se esista in Italia un unico mercato dei servizi di comunicazione mobile e personali, che includa l'insieme dei servizi forniti in mobilità. In particolare, è stato valutato il grado di sostituibilità, dal lato della domanda e dell'offerta, tra i servizi di accesso e di comunicazione in postazione mobile e tra i diversi servizi di comunicazione offerti al pubblico. Inoltre – sempre al fine di analizzare quegli elementi caratterizzanti i servizi offerti agli utenti finali suscettibili di influenzare la definizione del mercato dell'accesso alle reti mobili – sono esaminate le condizioni di sostituibilità tra servizi pre-pagati e post-pagati e tra servizi offerti in tecnica GSM e UMTS.

---

[6] Ad esempio, si vedano il caso COMP/M.4591 – Weather investments/Hellas Telecommunications (4 aprile 2007), il provvedimento n. 17131 Tele2/Tim-Vodafone-Wind (A357), le analisi del mercato n. 15 svolte dall'Autorità di regolamentazione irlandese (Comreg) ed olandese (Opta).

Servizi di accesso *vs* servizi di comunicazione

63. Dal punto di vista della domanda, in linea di principio, sarebbe possibile distinguere fra servizi di accesso (la capacità di effettuare/ricevere chiamate) e servizi di comunicazioni vocali (in uscita verso altri utenti in postazione fissa e mobile, nazionali ed esteri) e dati (sms, mms, internet, video etc.).

64. Tuttavia, le due classi di servizi sono, ancora oggi come in passato (cfr. all. A alla delibera n. 46/06/CONS pag 25-26, le cui argomentazioni sono ampiamente riprese), richieste congiuntamente dagli utenti finali. Infatti, il mercato è contraddistinto da una quota preponderante di contratti che non prevedono un addebito fisso anche se non si è generato traffico (associabile dunque al solo servizio dell'accesso).

65. L'Autorità, nel procedimento concluso con l'adozione della delibera n. 46/06/CONS, ha riconosciuto "che una frazione degli utenti mobili finali possa percepire determinate poste fisse (non proporzionali cioè al traffico sviluppato) come corrispettivo dovuto per il solo servizio di accesso", facendo "riferimento alla tassa di concessione governativa pagata nei contratti post-pagati (differenziata tra clienti affari e non) ed al 'diritto fisso di ricarica' addebitato nei contratti pre-pagati ad ogni ricarica". Quest'ultimo onere è stato eliminato a partire dal marzo 2007, in virtù del decreto-legge n. 7 del 31 gennaio 2007 (c.d. decreto Bersani) convertito in legge n. 40 del 2 aprile 2007. Pertanto – fermo restando che già in quella sede era stato ritenuto improprio assimilare tali addebiti a quanto pagato, ad esempio, dagli utenti di rete fissa per il solo servizio d'accesso (si pensi al canone bimestrale di abbonamento a Telecom Italia) – risultano ulteriormente ridotti gli spazi per individuare una domanda distinta per i servizi di accesso e quelli di comunicazione.

66. Dal punto di vista dell'offerta, i piani tariffari proposti non prevedono poste separate per i due servizi, pure in presenza di una pluralità di operatori mobili che potrebbero predisporre offerte destinate a utenti che richiedano servizi d'accesso separati da servizi di traffico.

67. Infine, risultano tuttora valide le motivazioni di natura tecnologica che hanno portato a concludere – nella prima analisi del mercato in esame – che accesso ed originazione mobile si debbano considerare congiuntamente nella fornitura di servizi finali mobili di comunicazione su rete pubblica commutata.

68. L'Autorità ritiene dunque che i servizi finali di accesso (la capacità di effettuare/ricevere chiamate) e i servizi di comunicazioni formino un *bundle* soggetto ad un vincolo di prezzo comune e pertanto costituiscono un unico mercato.

I servizi di comunicazione

69. I principali servizi di comunicazione voce e dati offerti agli utenti di telefonia mobile sono i seguenti:

- servizi voce, che includono le chiamate verso rete mobile (a loro volta distinte tra chiamate on net e chiamate off net), le chiamate verso rete fissa nazionale, le chiamate verso reti internazionali, fisse e mobili, e le chiamate effettuate e ricevute dall'estero (c.d. roaming out);
- servizi dati base, quali i servizi SMS;
- servizi multimediali, che includono quelli che richiedono una ridotta quantità di banda (ad esempio, gli MMS) e quelli che richiedono una maggiore ampiezza di banda (accesso ai servizi internet e servizi mobile-TV);
- servizi a valore aggiunto verso numerazioni non geografiche.

70. I principi dell'analisi di sostituibilità dal lato della domanda, interpretati in modo restrittivo, potrebbero condurre all'individuazione di un mercato per ciascuno dei suddetti servizi di telefonia mobile. Difatti, ciascun servizio presenta differenti caratteristiche funzionali e il consumatore finale ne fa un uso differente. Le chiamate in mobilità dirette a clienti attestati sulle reti fisse nazionali ed estere, sulle reti mobili nazionali ed estere oppure ad altre postazioni non geografiche, nonché i diversi servizi dati non sono ritenuti, da parte degli utenti finali, sufficientemente sostituibili tra loro per essere considerati come appartenenti allo stesso mercato in termini di domanda. Ad esempio, è improbabile che un consumatore consideri un sms sostitutivo di una chiamata in quanto l'sms non consente uno scambio delle informazioni in tempo reale. Pertanto, tale impostazione condurrebbe all'individuazione di mercati distinti per i diversi servizi, al limite uno per ciascun servizio di telefonia mobile.

71. Tuttavia, come sottolineato dalla Commissione europea nelle Linee direttrici e nella giurisprudenza antitrust, un'analisi focalizzata sulla sola sostituibilità dal lato della domanda potrebbe condurre all'individuazione di numerosi mercati, rendendo in tal modo difficile un'analisi pertinente delle condizioni concorrenziali per le attività considerate. Risulta quindi opportuno adottare un approccio complessivo che tenga conto non solo della sostituibilità dal lato della domanda, ma anche (i) dei vincoli concorrenziali, (ii) della sostituibilità dal lato dell'offerta e (iii) delle caratteristiche della domanda stessa.

72. In primo luogo, si osserva una sostanziale omogeneità delle condizioni (e quindi dei vincoli) concorrenziali vigenti nell'erogazione dei diversi servizi. Nel mercato delle comunicazioni mobili e personali, gli operatori competono principalmente sull'acquisizione e sulla valorizzazione della spesa complessiva dei clienti (ossia per un portafoglio di clienti) piuttosto che sui singoli servizi. Gli operatori offrono un insieme di servizi – chiamate vocali e sms, i servizi a valore aggiunto e i servizi multimediali – che riflette la struttura della domanda e il grado di diffusione dei servizi accessibili dai terminali.

73. L'omogeneità dei vincoli competitivi emerge anche dalle condizioni economiche praticate dagli operatori: infatti, i gestori di telefonia mobile propongono, in misura sempre crescente, offerte *flat* (ossia piani tariffari che abilitano il sottoscrittore a consumare un volume predefinito di minuti di traffico voce e/o di dati, a fronte di un

pagamento fisso ricorrente - generalmente mensile e comunque periodico) oppure offerte promozionali (carte servizi, opzioni, offerte speciali che abilitano il sottoscrittore a beneficiare di uno sconto rispetto al profilo base sul traffico voce/dati generato, a fronte di un pagamento fisso ricorrente). Tali pratiche commerciali, che hanno una crescente diffusione tra i clienti finali, tendono ad uniformare i sistemi di *pricing* dei diversi servizi e consentono una maggiore confrontabilità delle offerte dei diversi operatori.

74. In secondo luogo, dal punto di vista dell'offerta, appare marcata la sostituibilità nella produzione del cluster dei servizi di comunicazione vocale, verso numerazioni geografiche e verso numerazioni non geografiche, nonché dei servizi sms. Infatti, l'operatore, che usualmente dispone di ampia capacità di rete, può facilmente offrire uno dei servizi in esame in risposta ad un eventuale modesto ma significativo e non transitorio incremento del prezzo del medesimo servizio; a conferma di ciò, gli operatori forniscono tali servizi congiuntamente, anche in virtù del fatto che i servizi in esame utilizzano, essenzialmente, i medesimi elementi di rete.

75. Inoltre, appare sufficientemente apprezzabile la sostituibilità, dal lato dell'offerta, riscontrata tra la fornitura dei servizi di cui al punto precedente e i servizi multimediali. Per quanto riguarda i servizi multimediali, occorre distinguere tra servizi che richiedono una ridotta ampiezza di banda (ad esempio gli MMS e alcune forme di accesso internet) e quelli che utilizzano maggiore ampiezza di banda (connettività internet a larga banda e mobile-tv). Nel primo caso, la fornitura dei servizi richiede l'impiego della tecnologia GPRS (o equivalenti), ma l'investimento necessario per la realizzazione di tale servizi – in aggiunta a quelli forniti con la rete GSM – non è tale da costituire una significativa barriera. Nel secondo caso, invece, è necessario l'impiego di tecnologie cellulari di terza generazione, per le quali gli investimenti necessari per la realizzazione della rete sono maggiori, determinando in teoria una limitata sostituibilità, dal lato dell'offerta, dei servizi a banda larga con i servizi voce e sms. Tuttavia, si osserva che nel mercato italiano tutti gli operatori di rete mobile dispongono di una rete UMTS con una significativa copertura della popolazione nazionale.

76. In terzo luogo, si osserva che i clienti richiedono congiuntamente l'insieme dei suddetti servizi (*customer requirements*): i consumatori scelgono tra i diversi cluster, attribuendo, nel percorso decisionale, un peso maggiore a quei servizi ritenuti più significativi per i propri usi.

77. Gli utenti finali acquistano un insieme di servizi e la scelta circa il gestore di telefonia mobile con cui sottoscrivere il contratto è guidata dal *pattern* di consumo e dalla spesa complessiva di ciascun individuo. Ciò non toglie che nel processo decisionale, il prezzo e le caratteristiche di alcuni servizi (come, ad esempio, le chiamate verso rete mobile e verso rete fissa) possano assumere maggiore rilievo rispetto a quelli di altri servizi (come ad esempio le chiamate verso numerazioni non geografiche, verso numerazioni internazionali oppure i servizi multimediali).

78. In particolare, in Italia, la distribuzione dei consumi dei diversi servizi risulta polarizzata su due gruppi: da un lato, l'insieme dei servizi vocali verso rete fissa e mobile e gli sms; dall'altro lato, i servizi voce verso numerazioni non geografiche, numerazioni internazionali e servizi di accesso a internet. Più precisamente, stime basate su informazioni fornite dagli operatori per il 2007 indicano in 75-85% la percentuale di clienti che mensilmente effettuano almeno una chiamata verso numeri in decade 0 (nazionale) oppure in decade 3 ed in 45-55% la percentuale di clienti che inviano almeno un SMS al mese. Invece, mensilmente, la percentuale di clienti che effettuano almeno una chiamata verso numeri in decade 00 è compresa tra il 4 e il 7%, la percentuale di clienti che effettuano almeno una chiamata verso numerazioni non geografiche è compresa tra il 3 e l'8%, la percentuale di clienti che effettuano almeno una connessione a internet via rete mobile è compresa tra il 2 e il 4%.

79. Il differente peso dei servizi finali si riflette nelle offerte che i gestori di telefonia mobile rivolgono al pubblico al fine di incentivare la sottoscrizione di un abbonamento. In tale ambito, si osserva che le condizioni economiche dei servizi verso numerazioni non geografiche (e verso le numerazioni internazionali e, in certa misura, dei servizi multimediali) non risultano agevoli da evidenziare nelle campagne pubblicitarie, data la numerosità delle possibili direttrici.

80. Infine, anche se il consumatore percepisse i servizi verso NNG, numerazioni internazionali e i servizi di connettività internet come non appartenenti al cluster dei servizi di accesso e di comunicazione vocale in mobilità, vincoli tecnici ostacolerebbero il consumo disgiunto di questi servizi. Infatti, il consumatore potrebbe acquistare alcuni servizi separatamente, in risposta ad una variazione dei prezzi. Tuttavia, tale comportamento è subordinato – date le attuali condizioni di offerta e le tecnologie al momento disponibili – all'acquisto di più terminali e alla sottoscrizione di più contratti (che agiscono, quindi, da disincentivo all'acquisto disgiunto dei diversi servizi in esame).

81. In questo contesto, non risulta opportuno considerare – diversamente da quanto avvenuto nella prima analisi del mercato in esame – i servizi a valore aggiunto come un c.d. *after market*. Infatti, l'esistenza di servizi che hanno un maggiore peso nel processo decisionale non implica che gli altri servizi rappresentino un *after-market*. In base alle decisioni delle autorità antitrust, i due beni devono mostrare rapporti di complementarità ed esclusività, ossia l'acquisto del bene primario è l'unica ragione d'essere per il consumo del bene secondario. Tuttavia, la suddetta caratterizzazione non è pienamente soddisfatta per le chiamate verso numerazioni non geografiche.

82. Pertanto, in linea con le valutazioni di altre autorità nazionali di regolamentazione con riferimento ai rispettivi mercati di competenza, sembra individuabile un cluster di servizi che contiene anche i servizi su numerazioni non geografiche.

83. L'insieme delle considerazioni inerenti non solo il grado di sostituibilità dal lato della domanda, ma anche la sostituibilità dal lato dell'offerta, i vincoli concorrenziali e le caratteristiche della domanda stessa induce a ritenere che i servizi voce (incluse le

chiamate verso NNG), dati e multimediali forniti in mobilità formino, al fine dell'individuazione del mercato *wholesale* oggetto della presente analisi, un unico *bundle* di servizi soggetto a un vincolo di prezzo comune.

Servizi pre-pagati *vs* servizi post-pagati

84. L'Autorità per procedere ad un'eventuale separazione del mercato *retail* della telefonia mobile in base alla modalità di pagamento (pre-post pagato) dovrebbe individuare caratteristiche diverse del prodotto domandato dai diversi tipi di clientela. Tuttavia, ciò non appare possibile allo stato attuale – in linea con l'approccio adottato nella prima analisi di mercato – in quanto nella maggior parte dei casi non è dato riscontrare una rilevante diversità nei servizi offerti.

85. Le caratteristiche obiettive del servizio – sia esso pre o post pagato – sono equivalenti dal punto di vista strettamente funzionale e gli operatori garantiscono analoghi standard qualitativi e forme di assistenza.

86. Inoltre, nel mercato italiano, le offerte pre-pagate e post-pagate differiscono, in alcuni casi, esclusivamente per la modalità di pagamento, mentre, in altri casi, registrano minime differenze nelle condizioni economiche delle comunicazioni. Come rilevato nell'indagine conoscitiva sui contributi di ricarica nei servizi di telefonia mobile a credito pre-pagato, condotta congiuntamente dall'Agcm e dall'Agcom, "i gestori operanti in Italia tendono ad adottare piani tariffari sostanzialmente equivalenti, in termini di prezzo netto al minuto, tra il servizio prepagato e il servizio postpagato".[7]

87. Pertanto, si riscontra un sufficiente grado di sostituzione tra servizi pre e post pagati, in linea con i risultati ottenuti nella prima analisi del mercato dell'accesso alle reti mobili, sia dell'Autorità sia dalle ANR europee. Alla luce di ciò, l'Autorità ritiene che sussistano sufficienti elementi per individuare un unico mercato dei servizi di telefonia mobile post-pagati e pre-pagati.

Servizi in tecnica GSM *vs* servizi in tecnica UMTS

88. I servizi che risultano comporre il cluster market dei servizi di comunicazione mobile e personale possono essere forniti sulle reti mobili in tecnica GSM e in tecnica UMTS. La definizione del mercato, tuttavia, dipende dalla natura dei prodotti forniti e dalle relative caratteristiche obiettive, grazie alle quali sono particolarmente atti a soddisfare bisogni costanti dei consumatori. A tal proposito, si osserva che i servizi voce, sms e i servizi a valore aggiunto forniti su reti GSM e UMTS risultano equivalenti per l'utente finale. Caratteristiche differenti contraddistinguono i servizi multimediali, tuttavia l'incidenza di tali servizi sulla spesa del cliente medio e il loro grado di utilizzo,

[7] Fonte: AGCM-AGCOM - Indagine conoscitiva sui contributi di ricarica nei servizi di telefonia mobile a credito prepagato, Novembre 2006 (allegato A alla delibera n. 659/06/CONS, pag.53)

nonché i vincoli tecnici ed economici che limitano la possibilità da parte del cliente finale di fruire tali servizi separatamente da quelli base, rendono non necessario distinguere tra servizi 2G e 3G. Pertanto, in ottemperanza al principio di neutralità tecnologica, non si ravvisa la necessità di distinguere il mercato finale in funzione dello standard trasmissivo utilizzato.

### 2.5.2. Il mercato geografico al dettaglio

89. L'applicazione dei parametri indicati dalla Commissione europea nelle Linee direttrici (cfr. par. 55-60) ai servizi di comunicazione mobile e personale porta a ritenere che il mercato in esame, sotto il profilo geografico, abbia dimensione nazionale. Difatti, le condizioni della concorrenza sul territorio nazionale appaiono omogenee, con la presenza di operatori che propongono i propri servizi all'intera popolazione italiana. Inoltre, la copertura delle reti mobili installate dagli operatori di rete mobile è sostanzialmente omogenea, anche in virtù dei vigenti accordi di *roaming* nazionale tra MNO. Si osserva altresì che attualmente i titoli abilitativi per la fornitura di servizi di comunicazione mobile e personale sono rilasciati a livello nazionale.

### 2.5.3. Conclusioni sulla definizione del mercato al dettaglio

90. In base all'analisi di sostituibilità, dal lato della domanda e dell'offerta, l'Autorità, al fine dello svolgimento dell'analisi del mercato all'ingrosso dei servizi di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti mobili pubbliche, individua il corrispondente mercato al dettaglio dei servizi di comunicazione mobile e personale, dato dalla domanda e dall'offerta, sul territorio nazionale, dei servizi di accesso e di comunicazione voce e dati.

**D1. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione del mercato al dettaglio?**

*Le osservazioni dei soggetti rispondenti alla consultazione*

D1.1 La grande maggioranza dei soggetti intervenuti ha condiviso i risultati dell'analisi condotta dall'Autorità in merito alla definizione del mercato rilevante a livello *retail*, sia nella parte in cui non viene riscontrata una sufficiente sostituibilità tra i servizi di comunicazione forniti da rete mobile e i servizi forniti da rete fissa, sia nella parte in cui viene ravvisata la sussistenza di un unico mercato dei servizi di comunicazione mobile e personale, che include i servizi di accesso e di comunicazione voce e dati (c.d. *cluster market*).

D1.2 Ciò detto, alcuni operatori hanno sottolineato l'esigenza di considerare che, in prospettiva, potrebbe essere ragionevole individuare mercati separati per i servizi voce e per i servizi dati disponibili su rete mobile, in ragione i) della diffusione di reti mobili a banda larga (e.g. HSDPA e LSE), ii) del processo di *refarming* dello spettro radio (che consentirà una migliore fruizione dei servizi dati in ambiente *indoor*) e iii) della crescente importanza che potrebbero quindi assumere per i consumatori i servizi dati ad alta velocità e multimediali (*key card*).

D1.3 Il Numero Italia, invece, ha manifestato l'esigenza di definire, a livello *retail*, un mercato delle chiamate verso NNG distinto da quello relativo, in generale, alle comunicazioni mobili, soprattutto in considerazione delle specifiche dinamiche che, sia dal lato della domanda che dell'offerta, caratterizzano le chiamate dirette ai servizi di informazione abbonati.

*Le valutazioni dell'Autorità all'esito della consultazione*

D1.4 L'Autorità, nel processo di definizione del mercato, tiene in considerazione gli elementi fattuali acquisiti al momento dell'analisi, incluse le possibili evoluzioni del mercato nell'arco temporale di riferimento. Le informazioni disponibili in merito, ad esempio, al grado di sostituibilità tra servizi di comunicazione in postazione fissa e in mobilità, oppure alle condizioni economiche praticate dagli operatori, nonché alla distribuzione dei consumi dei diversi servizi di comunicazione mobile, non consentono (come riconosciuto dagli stessi operatori), allo stato attuale e nell'arco temporale di riferimento dell'analisi, di pervenire ad un'eventuale distinzione tra servizi vocali e servizi dati. La distinzione in esame potrà manifestarsi in futuro, fermo restando che dovrà essere valutata in sede di una nuova analisi di mercato.

D1.5 L'Autorità, inoltre, sulla base delle evidenze disponibili, ha incluso nel *cluster market* dei servizi di comunicazione mobile e personale anche le chiamate dirette verso servizi a valore aggiunto. Al riguardo, si ricorda che l'Autorità ha osservato *inter alia* che, da un lato, gli operatori competono principalmente nell'acquisizione e nella valorizzazione della spesa complessiva dei clienti (ossia per un portafoglio di clienti) e, dall'altro lato, i clienti richiedono congiuntamente l'insieme dei suddetti servizi scegliendo tra i diversi *cluster*, attribuendo, nel percorso decisionale, un peso maggiore a quei servizi ritenuti più significativi per i propri usi. Tali considerazioni si applicano anche alle chiamate per l'acquisizione di servizi a valore aggiunto, come già esposto nel testo sottoposto in consultazione pubblica.

D1.6 Inoltre, si osserva che le chiamate per acquisire i servizi a valore aggiunto su NNG si compongono, schematicamente, del servizio di telecomunicazione (dato dalla connessione telefonica che collega il cliente finale e il centro servizi) e del servizio d'informazione/intrattenimento (dato dal contenuto venduto). Questi servizi possono essere venduti dietro la corresponsione di un unico prezzo oppure

prevedendo un prezzo per ciascun servizio. Nel caso italiano delle chiamate da rete mobile per acquisire i servizi a valore aggiunto su NNG, il prezzo del servizio di telecomunicazione non è distinto dal prezzo del servizio d'informazione/intrattenimento; il prezzo fissato per l'erogazione della chiamata remunera sia la connessione telefonica che il servizio d'informazione/intrattenimento. In questo ambito, il cliente finale che effettua una chiamata per acquisire i servizi a valore aggiunto paga il proprio gestore di telefonia e quest'ultimo versa la quota pattuita al fornitore del servizio d'informazione/intrattenimento. Pertanto, da un lato, la tipologia di chiamate in esame non può rientrare nelle offerte a *forfait* (o *flat*) proposte, in misura sempre crescente, dai gestori di telefonia mobile; dall'altro lato, la commercializzazione congiunta (con un unico prezzo) di queste comunicazioni e dei servizi d'informazione/intrattenimento è un ulteriore elemento che impedisce di identificare un mercato al dettaglio delle comunicazioni vocali da rete mobile per l'acquisizione di servizi a valore aggiunto su NNG. Tali valutazioni sono peraltro in linea con quanto espresso dal *Conseil de la concurrence* francese nello *Avis n° 08-A-03 du 31 mars 2008 relatif au fonctionnement des services téléphoniques à valeur ajoutée*.

D1.7 Alla luce delle precedenti considerazioni, l'Autorità, sulla base dell'analisi condotta, delle valutazioni espresse dagli operatori intervenuti nel corso della consultazione pubblica e dei precedenti nazionali e comunitari, individua - nell'arco temporale di riferimento della presente analisi - al fine dello svolgimento dell'analisi del mercato all'ingrosso dei servizi di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti mobili pubbliche, il corrispondente mercato al dettaglio dei servizi di comunicazione mobile e personale, come definito dalla domanda e dall'offerta, sul territorio nazionale, dei servizi di accesso e di comunicazione voce e dati disponibili su rete mobile.

## 2.6. Definizione del mercato all'ingrosso

### 2.6.1. Il mercato del prodotto/servizio all'ingrosso

91. I servizi di accesso e di originazione delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili costituiscono un bene intermedio necessario ai gestori di telefonia mobile per offrire agli utenti finali l'insieme dei servizi di accesso e di comunicazione mobile: voce, sms, servizi multimediali e servizi a valore aggiunto su numerazioni non geografiche.

92. La fornitura di tali servizi agli utenti finali richiede la disponibilità degli stessi elementi della rete di accesso mobile. In particolare, per quanto riguarda il servizio di accesso e raccolta delle chiamate verso numerazioni non geografiche, si osserva che – al di là dei modelli di business e delle caratteristiche competitive dei servizi offerti – da un punto di vista prettamente tecnico, esso non si distingue da quello riguardante le chiamate verso numeri geografici: infatti, entrambi i tipi di chiamate coinvolgono gli

stessi elementi di rete e vengono gestiti alla stessa maniera, almeno fino al nodo MSC. Di conseguenza, non viene riscontrata alcuna differenza tra i due tipi di chiamate che possa rilevare nel mercato dei servizi di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti mobili. La distinzione delle chiamate, dal punto di vista tecnico, avviene a valle del servizio di raccolta delle chiamate mobili in quanto, al fine di completare la chiamata verso il numero non geografico, l'operatore mobile (sia integrato verticalmente sia l'operatore virtuale) deve garantire il trasporto e la consegna del traffico raccolto a livello di nodo MSC fino alla sede (o alle sedi) del soggetto titolare di NNG. Questa conclusione è in linea con quanto osservato dalla Commissione europea nella lettera inviata all'Autorità a seguito della notifica dello schema di provvedimento relativo ai servizi di originazione delle chiamate mobili verso numerazioni non geografiche in Italia (Caso IT/2007/0575).[8]

93. Al fine di definire il mercato rilevante dal punto di vista merceologico, l'Autorità ha effettuato le seguenti valutazioni:

a. le diverse soluzioni tecniche per l'accesso e l'originazione alla reti mobili, descritte nel capitolo 2.3, costituiscono un unico mercato?

b. i servizi di accesso e originazione offerti sulle diverse reti mobili costituiscono un unico mercato?

c. i servizi di autoproduzione sono inclusi nel mercato, oppure il mercato è costituito solo dalla fornitura a terzi?

94. Considerato che la definizione del mercato costituisce uno strumento per individuare e definire l'ambito nel quale le imprese sono in concorrenza tra loro, risulta utile analizzare la sostituibilità tra i diversi servizi *wholesale* avendo cura di verificare le condizioni di intercambiabilità dei prodotti medesimi sia negli scambi tra operatori (c.d. sostituibilità diretta) sia in funzione delle caratteristiche del mercato *retail*, nella misura in cui risultano suscettibili di influenzare il funzionamento del corrispondente mercato all'ingrosso (c.d. sostituibilità indiretta).

*2.6.1.1. Sostituibilità tra le soluzioni tecniche*

95. L'Autorità ha verificato innanzitutto se le diverse soluzioni tecniche utilizzate dagli operatori per l'accesso e l'originazione alle reti mobili – MVNO, ESP, SP, ATR e IAP – costituiscono un unico mercato. Peraltro, poiché non viene registrata nel mercato italiano né una domanda né un'offerta per i servizi IAP, l'analisi di sostituibilità è focalizzata sui servizi acquistati dai seguenti operatori: MVNO, ESP, ATR e SP.

96. Dal punto di vista della domanda, a livello *wholesale*, i soggetti terzi sprovvisti di risorse radio che sono potenzialmente interessati a entrare nel mercato finale dei servizi di comunicazione mobile e personale domandano le diverse soluzioni tecniche in

[8] Lettera SG-Greffe (2007) D/200602 del 7 febbraio 2007.

funzione dei prezzi dei diversi servizi di accesso e del modello di *business* che intendono proporre sul mercato finale. I prezzi delle diverse modalità di accesso possono differire in relazione alla quantità di servizi tecnici richiesti dall'MVO. Inoltre, la domanda dipende dalle dotazioni iniziali di infrastrutture: un soggetto che già gestisce reti di telecomunicazione avrà necessità diverse da quelle di un soggetto che si accinge ad entrare nel settore. Pertanto, l'operatore sprovvisto di risorse radio percepisce tali soluzioni tra loro non pienamente sostituibili. Ciascuna opzione, infatti, consente una precisa modalità di ingresso e risponde in diversa misura alle specifiche esigenze dell'operatore virtuale che negozia l'accesso alle reti mobili.

97. Tuttavia, a livello *retail*, l'utente finale non percepisce differenze nei servizi di comunicazione mobile e personale forniti dai gestori di telefonia mobile sulla base delle diverse soluzioni tecniche acquistate dall'MVO all'ingrosso: la qualità dei servizi voce e dati disponibili al cliente finale è equivalente. Inoltre, l'utente finale potrà disporre di ulteriori servizi, indipendentemente dalla soluzione tecnica adottata dall'operatore virtuale: infatti, il gestore di telefonia mobile ESP mantiene un legame tecnico con l'MNO per la predisposizione delle offerte commerciali, ma ciò non impedisce all'operatore virtuale di offrire al pubblico nuovi servizi accessori, ad esempio i servizi finanziari ed i servizi di pagamento. Anche con specifico riferimento ai servizi convergenti fisso-mobile, la realizzazione tecnica di tali servizi appare possibile indipendentemente dalla soluzione adottata, sebbene la realizzazione di alcuni tipi di servizi integrati potrebbe richiedere un grado di interdipendenza tra le reti dell'MNO e dell'MVO (ad esempio, per consentire lo scambio delle informazioni relative alla localizzazione dell'utente) tale da ostacolarne l'effettiva realizzazione. Pertanto, dal momento che le diverse soluzioni tecniche in esame costituiscono il mezzo per soddisfare i bisogni dei consumatori finali, è possibile riscontrare un sufficiente grado di sostituibilità dal lato della domanda.

98. Dal punto di vista dell'offerta, gli MNO sono in grado di fornire ogni soluzione tecnica, in quanto si tratta di un diverso grado di disaggregazione delle prestazioni tecniche e commerciali già offerte ai propri clienti finali.

99. Inoltre, la soluzione tecnica utilizzata dagli MVNO è assimilabile, sotto il profilo tecnico-economico, ai servizi di *roaming* nazionale. Il *roaming* nazionale è il servizio tipicamente richiesto da MNO la cui rete non copre determinate aree del territorio nazionale (gruppi di popolazione), al fine di consentire ai propri utenti di avere accesso ad una rete mobile diversa (*host* o rete visitata) da quella a cui sono abbonati e che ha emesso la loro carta SIM (rete di partenza). L'acquisto all'ingrosso del servizio di *roaming* (analogamente al caso MVNO) consente a un operatore di fornire ai propri clienti la possibilità di effettuare e/o ricevere chiamate anche in zone geografiche in cui non ha una struttura di rete, mantenendo sotto la propria responsabilità tecnica il trasporto e la terminazione su rete fissa o mobile della chiamata, nonché le attività di segnalazione. La soluzione MVNO, rispetto allo strumento regolamentare del *roaming* nazionale, implica la disponibilità del servizio sull'intero territorio nazionale.

100. Sempre al fine di valutare se le diverse soluzioni tecniche per l'accesso e l'originazione alla reti mobili costituiscano un unico mercato, va considerato che le soluzioni utilizzate dagli ATR/ESP/SP consentono l'entrata nel mercato dei servizi di comunicazione mobile e personale con un ammontare di investimenti contenuto rispetto al caso dell'MVNO e con un grado di rischio relativamente inferiore. Pertanto, le imprese potrebbero decidere un piano degli investimenti basato su due tempi, entrando, dapprima, in qualità di ATR/ESP/SP per costituire una base di clienti e, successivamente, forti della presenza acquisita nel mercato dei servizi di comunicazione mobile e personale, in qualità di MVNO, realizzando quindi un maggiore grado di infrastrutturazione. Alla luce di tali considerazioni, le diverse soluzioni tecniche non risultano necessariamente in contrapposizione tra loro, ma piuttosto come sequenza di uno stesso processo: le soluzioni tecniche in esame rappresentano diversi gradi di infrastrutturazione per gli MVO che intendono procedere gradualmente lungo la scala delle dotazioni infrastrutturali (c.d. *ladder of investments*) per giungere a livelli di infrastrutturazione sempre maggiori.

101. L'analisi di sostituibilità condotta, dal lato della domanda e dal lato dell'offerta, tra gli accessi alla rete mobile in modalità MVNO, ESP e SP induce a ritenere che sussista un sufficiente grado di sostituibilità tra tali soluzioni tecniche, che pertanto costituiscono un unico mercato. Tale orientamento è peraltro conforme con l'impostazione adottata nella prima analisi del mercato italiano dell'accesso e dell'originazione sulle reti mobili (delibera n. 46/06/CONS) e con gli esiti ottenuti da molte ANR europee nell'ambito delle rispettive analisi del mercato in esame.

*2.6.1.2. Mercato multirete vs mercato delle singole reti*

102. Dal punto di vista della domanda, l'operatore virtuale che intende negoziare accordi con operatori di rete mobile valuterà le caratteristiche di ciascuna rete mobile presente sul territorio nazionale, in termini di disponibilità radio, di copertura territoriale e di caratteristiche tecniche. Gli operatori virtuali non percepiscono differenze sostanziali tra le diverse reti mobili in termini di copertura e di caratteristiche tecniche (cfr. capoverso successivo) e quindi si rivolgeranno ai diversi MNO e, tra questi, verrà scelto l'MNO che offre le condizioni economiche e tecniche considerate più adeguate alle esigenze dell'impresa. In tal senso, gli MNO sono in concorrenza tra loro. Nella scelta dell'MNO, l'operatore virtuale potrebbe essere guidato, altresì, dalla base clienti posseduta dai diversi operatori. Tuttavia, gli MVNO, gli ESP e i SP non risultano vincolati alla base di clienti dell'operatore ospitante in quanto intendono proporre sul mercato *retail* politiche commerciali autonome, con una propria rete di distribuzione e di vendita del servizio. Gli operatori interessati a proporsi come ATR potrebbero essere più sensibili alla base di clienti detenuta dai diversi MNO: l'ATR ha un legame più stretto con l'MNO nella definizione delle condizioni economiche e tecniche proposte al cliente finale e, in tal senso, potrebbe percepire le diverse reti non pienamente sostituibili tra loro. Infine, l'operatore IAP avrà verosimilmente più interesse ad ottenere

l'accesso dagli MNO che hanno un numero di clienti – e di conseguenza un mercato potenziale – più ampio, ma va considerato che tale soluzione tecnica non risulta, al momento e presumibilmente nell'arco di riferimento considerato, né domandata né offerta e pertanto assume minore rilievo nell'analisi di sostituibilità in questione.

103. Dal punto di vista dell'offerta, gli MNO italiani che operano reti GSM e UMTS – allo stato attuale – dispongono di reti mobili con una copertura territoriale e di popolazione analoga e caratteristiche tecniche che non si discostano in modo sostanziale. Per quanto riguarda la rete mobile di H3G, va rilevato che la rete in questione, sebbene garantisca una copertura territoriale inferiore a quella assicurata dalle altre reti mobili installate in Italia, raggiunge comunque oltre l'80% della popolazione; peraltro, H3G ha stipulato accordi di roaming nazionale al fine di offrire servizi di accesso anche nelle residue zone non raggiunte dai propri impianti. Inoltre, gli MNO italiani dispongono di capacità radio inutilizzata (cfr. infra par. 154 – barriere all'espansione). Per quanto riguarda la dotazione frequenziale di cui dispongono gli MNO, sebbene si registri – al momento – una differente disponibilità di frequenze a 900MHz, 1800 MHz e a 2100 MHz, tale elemento non risulta sufficiente per individuare mercati distinti, anche alla luce delle condizioni che si determineranno a valle della pubblicazione, con delibera n. 282/08/CONS dell'Autorità, delle procedure per l'assegnazione e l'utilizzo delle bande di frequenza a 900 e 2100 MHz.

104. In tal senso, le reti dei diversi MNO risultano fungibili per i soggetti sprovvisti di risorse radio che intendono acquistare i servizi di accesso alla rete mobile; a conferma di ciò, si rileva che tutti gli MNO hanno sottoscritto almeno un contratto per la fornitura di servizi di accesso.

105. Pertanto, l'Autorità – in linea con quanto espresso nella prima analisi del mercato – ritiene che i servizi di accesso ed originazione prodotti da un particolare MNO siano sostituti sufficientemente prossimi, dal punto di vista della domanda e dell'offerta, rispetto a quelli offerti da un altro MNO, e conclude di conseguenza che esiste un unico mercato rilevante che include le reti di tutti gli MNO, anziché mercati separati (uno per ciascuna rete mobile).

### *2.6.1.3. Offerta a terzi vs autoproduzione e offerta a terzi*

106. I servizi all'ingrosso di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili costituiscono, come visto, un bene intermedio per la fornitura di servizi di comunicazione mobile e personale agli utenti finali. Tali servizi possono essere utilizzati *in-house* dalle divisioni commerciali dell'operatore di rete mobile (o da imprese collegate con l'MNO), oppure da soggetti terzi sprovvisti di risorse radio. Il grado di sostituibilità tra servizi *in-house* e servizi a terzi dipenderà sia dai vincoli diretti, sia dai vincoli indiretti.

107. A livello *wholesale*, la divisione commerciale è destinata ad acquistare i servizi all'ingrosso esclusivamente dalla divisione *wholesale* della propria impresa (o da

imprese collegate che dispongono della rete mobile di accesso). Pertanto, le transazioni tra le divisioni rete e commerciale dell'impresa verticalmente integrata, in particolare nella misura in cui non vi sono vincoli di capacità produttiva, appaiono avere un'incidenza limitata sulla fornitura dei servizi di accesso agli operatori sprovvisti di risorse radio e, di conseguenza, non rappresentano un vincolo diretto agli scambi tra MNO e MVO.

108. A livello *retail*, tuttavia, le circostanze mutano. Si assuma la presenza di (i) un mercato dei servizi di comunicazione mobile e personale concorrenziale, in cui operano le divisioni commerciali degli MNO e operatori sprovvisti di risorse radio, e (ii) un mercato multi-rete (ossia con più reti mobili) dei servizi di accesso all'ingrosso. In questo contesto, un operatore che fornisce servizi di accesso *wholesale* agli operatori sprovvisti di risorse radio risulta vincolato dalle condizioni concorrenziali vigenti nel mercato a valle: l'eventuale aumento dei prezzi dei servizi di accesso eserciterebbe sugli MVO attestati sulla rete dell'operatore una pressione volta ad aumentare i prezzi dei servizi finali, compromettendo la loro capacità di competere nel mercato *retail*. In particolare, tali MVO rischierebbero di perdere clienti a favore dei gestori di telefonia mobile, incluse le divisioni commerciali degli MNO, attestati sulle altre reti. Pertanto, un ipotetico monopolista nella fornitura dei servizi di accesso all'ingrosso non avrebbe modo di imporre un incremento modesto, ma significativo e non temporaneo dei prezzi senza spingere gli MVO attestati sulla propria rete ad optare verso l'acquisto di servizi di accesso da un altro operatore di rete, rendendo così l'eventuale incremento dei prezzi non profittevole per l'impresa.

109. Pertanto, si ritiene che i servizi di accesso utilizzati *in-house* dalle divisioni commerciali dell'operatore di rete mobile (o da imprese collegate con l'MNO) e quelli destinati a soggetti terzi sprovvisti di risorse radio compongano il medesimo mercato dei servizi di accesso e di originazione delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili.

110. Tale orientamento è in linea con le decisioni adottate da altre autorità nazionali di regolamentazione nell'ambito dell'analisi del mercato in esame di competenza, quali ad esempio le autorità britannica (Ofcom) e irlandese (Comreg).

### 2.6.2. Il mercato geografico all'ingrosso

111. Il mercato all'ingrosso dei servizi di accesso e di originazione delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili può ritenersi di dimensione geografica nazionale. Le licenze sono attribuite a livello di Stato membro, con obblighi di copertura relativi a tutto il territorio nazionale, e le reti installate dagli operatori hanno dimensione nazionale. Inoltre, la determinazione dei prezzi, anche in ragione dei meccanismi di funzionamento del corrispondente mercato finale, avviene su base nazionale.

### 2.6.3. Conclusioni sulla definizione del mercato all'ingrosso

112. In conclusione, alla luce delle precedenti considerazioni e ai fini del procedimento in oggetto, l'Autorità esprime l'orientamento di individuare il mercato all'ingrosso, avente dimensione nazionale, dei servizi di accesso e originazione delle chiamate su reti mobili pubbliche, che include (i) l'insieme delle soluzioni tecniche di fornitura dei servizi medesimi, (ii) l'insieme delle reti mobili installate sul territorio, e (iii) la capacità venduta a terzi e la capacità destinata all'autoproduzione. Tali servizi consentono agli operatori acquirenti di proporre i servizi di comunicazione mobile e personale agli utenti finali.

**D2. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione del mercato all'ingrosso dei servizi di accesso e di raccolta delle chiamate nelle reti mobili pubbliche?**

*Le osservazioni dei soggetti rispondenti alla consultazione*

D2.1 La maggioranza degli operatori intervenuti nell'ambito della consultazione pubblica ha concordato con la definizione del mercato dei servizi di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili proposta dall'Autorità.

D2.2 Diversamente, AIIP ha ritenuto che i servizi di accesso e di raccolta da rete mobile siano tra loro distinti, in quanto gli operatori sono potenzialmente interessati ad acquisire in forma separata i due servizi, soprattutto al fine di proporsi sul mercato dapprima come IAP e successivamente con un maggiore grado di infrastrutturazione.

D2.3 Inoltre, AIIP, unitamente a Fastweb, non ha condiviso i risultati circa il grado di sostituibilità tra le diverse soluzioni tecniche, con particolare riferimento ai modelli di business scelti dagli operatori virtuali, posto che la scelta di una progressiva dotazione infrastrutturale, ad esempio il passaggio da ESP a full MVNO, dipende da una serie di condizioni tecniche, economiche, regolamentari e negoziali ed è subordinata al previo assenso dell'operatore ospitante.

D2.4 AIIP, COOP, CIM hanno evidenziato la sussistenza delle condizioni per individuare 4 mercati separati, uno per ciascuna rete mobile installata nel territorio nazionale, in ragione del fatto che tali reti non sono sostituibili fra di loro in quanto connotate da specifiche tecniche diverse (grado di copertura, etc.), nonché da diversi modelli di interoperabilità con i sistemi degli operatori virtuali attestati sulle rispettive reti. Inoltre, la mancanza di sostituibilità deriverebbe anche dai meccanismi di gestione della relazione tra le parti successivi alla stipula del

contratto, data l'elevatissima complessità sottostante ad un ipotetico cambio di partnership.

D2.5 Tiscali e BT hanno osservato che, analogamente al mercato *retail,* anche quello *wholesale* dovrebbe ricomprendere i servizi dati in mobilità, in considerazione della necessità per gli operatori di acquistare (o autoprodurre) tutto il *bundle* di servizi per poter proporre offerte commerciali appetibili sul mercato a valle.

D2.6 Diversi operatori hanno sottolineato – condividendo quanto detto dall'Autorità nel punto 2.3. "Descrizione tecnica del servizio di accesso e di raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili" – che la classificazione MVNO/ESP/SP/ATR/IAP è basata su definizioni che possono efficacemente rappresentare dei punti di riferimento, ma non completano il panorama dei soggetti che possono operare sul mercato mobile scegliendo il proprio modello di *business* sulla base delle prospettive di sviluppo del mercato e delle proprie strategie. A tal riguardo, alcuni operatori ritengono opportuno rivedere la classificazione di cui alla delibera n. 544/00/CONS, prevedendo, *inter alia*, l'assegnazione dei diritti d'uso della numerazione agli operatori virtuali.

D2.7 Diversi operatori, i quali hanno condiviso l'individuazione a livello *retail* di un *cluster market* che comprende anche le chiamate verso NNG, hanno ritenuto che i servizi di originazione verso numerazioni non geografiche da rete mobile costituiscano un mercato distinto, in virtù delle proprie specificità amministrative (i titolari delle NNG devono stipulare *n* contratti quanti sono i gestori di telefonia mobile) ed economiche (gli MNO agiscono in modo indipendente gli uni dagli altri). In particolare, il Numero, Seat Pagine Gialle e 1288 Servizio di consultazione telefonica hanno sottolineato la necessità di definire uno specifico e distinto mercato a livello *wholesale* per le chiamate da rete mobile dirette ai DAS.

D2.8 In tale ambito, gli operatori ritengono che i) il mercato dei servizi di originazione da rete mobile verso NNG sia distinto da quello dei servizi di accesso e di originazione verso numerazioni geografiche e ii) ciascuna rete costituisca un mercato rilevante in quanto le reti dei diversi MNO non sono sostituibili, bensì complementari, ai fini della fornitura dei servizi di originazione verso NNG (in linea con il testo sottoposto a consultazione pubblica con la delibera n. 732/06/CONS - mercato c.d. 15*bis*). Inoltre, diversi operatori sottolineano le analogie tra i servizi di originazione da reti mobili verso NNG e i servizi di terminazione su singola rete mobile, auspicando una coerente regolamentazione dei due servizi in esame, in particolare con riferimento all'obbligo di controllo dei prezzi.

D2.9 In subordine, qualora l'Autorità non individuasse un mercato distinto per i servizi di originazione da rete mobile verso NNG, alcuni operatori ritengono che tali servizi richiedano una specifica regolamentazione anche nell'ambito del più ampio mercato dell'accesso e dell'originazione da rete mobile. In tal senso, vengono richiamati gli emendamenti n. 19 (*Proposal for a directive – amending act recital 18a new*) e n. 84 (*Proposal for a directive – amending act Article 1 – point 15 –*

*point a a new*) proposti e votati dal Parlamento europeo (e attualmente al voto del Consiglio) con riguardo alla *Users Rights Directive* proposta dalla Commissione europea (e volta a modificare, tra l'altro, la *Universal Service Directive*).

*Le valutazioni dell'Autorità all'esito della consultazione*

D2.10 L'Autorità ha condotto l'analisi di sostituibilità volta a definire il mercato dei servizi di accesso e di raccolta delle chiamate su rete mobile con riferimento allo stato attuale e prospettico del mercato italiano, pervenendo a risultati in linea con le definizioni date dall'Autorità e dalle altre autorità nazionali di regolamentazione nelle analisi di mercato svolte ai sensi della raccomandazione n. 2003/311. In particolare, l'eventuale individuazione di mercati distinti per accesso e raccolta, per le diverse soluzioni tecniche e per le quattro reti mobili installate nel territorio nazionale non trova riscontro nelle principali decisioni nazionali e comunitarie.

D2.11 La definizione di un unico mercato per l'accesso e l'originazione deriva dal fatto che le due classi di servizi sono commercializzate congiuntamente in Italia, sia a livello retail che a livello wholesale. Del resto, la Commissione europea, nella Relazione che accompagna la raccomandazione n. 2003/311 ha specificato che "l'accesso alla rete e la raccolta delle chiamate vengono tipicamente forniti congiuntamente da un operatore di rete, per cui entrambi i servizi possono essere considerati parte dello stesso mercato per quanto riguarda il settore all'ingrosso". Ciò non esclude che, in futuro, il mercato si presenti in modo diverso, ad esempio se venisse introdotta la selezione del vettore sulle reti mobili, come è già avvenuto ad esempio per gli operatori storici di reti fisse. A tal proposito, si osserva comunque che il quadro regolamentare vigente non esclude la possibilità di entrare nel mercato finale sulla base di un accordo per la fornitura di servizi di accesso e originazione in modalità IAP. Peraltro, tale previsione esce confermata dall'analisi di sostituibilità tra le diverse soluzioni tecniche condotta nella presente analisi.

D2.12 Infatti, il perimetro del mercato in esame – per quanto riguarda le tipologie di operatori che possono chiedere accesso alle reti degli operatori di rete mobile – comprende l'insieme delle soluzioni tecniche (MVNO, ESP, ATR, SP, IAP) di accesso alle reti degli MNO, in virtù del sufficiente grado di sostituibilità accertato dall'Autorità tra le diverse soluzioni tecniche. Ciò risulta confermato dalle valutazioni espresse dagli operatori intervenuti nel corso della consultazione pubblica. Molti operatori hanno concordato con l'Autorità circa il fatto che le definizioni delle diverse soluzioni tecniche di accesso alla rete presentano aspetti di rigidità eccessivi rispetto alla situazione di mercato. La presenza di un sufficiente grado di sostituibilità tra le diverse soluzioni tecniche è altresì confermata dall'ingresso nel mercato italiano degli operatori virtuali, che hanno tra loro un diverso grado di infrastrutturazione, unitamente al fatto che non risultano casi di

imprese che hanno dovuto rinunciare all'ingresso nel mercato per via di un rifiuto opposto dagli MNO a fornire una precisa modalità tecnica di accesso. Pertanto, l'insieme delle valutazioni suesposte individua un rapporto di continuità tra le diverse soluzioni tecniche di accesso alla rete mobile, indicando una catena di sostituzione tra le diverse modalità in esame. Infine, le difficoltà segnalate nel passare, una volta stipulato il contratto ed entrati nel mercato, da una soluzione ESP a full MVNO potrebbero influenzare non tanto la definizione del mercato quanto la declinazione degli obblighi regolamentari, qualora vengano individuati degli operatori con significativo potere di mercato.

D2.13 Tali valutazioni, insieme al fatto – già argomentato dall'Autorità nel testo sottoposto a consultazione pubblica – che le diverse soluzioni tecniche utilizzate dagli operatore virtuali non comportano significative differenze nei servizi di comunicazione mobile e personale forniti agli utenti finali, confermano l'opportunità di definire un unico mercato per le diverse modalità di accesso alle reti mobili.

D2.14 A tal proposito, l'Autorità rileva che le diverse soluzioni di accesso alle reti mobili, così come definite in continuità con la delibera n. 544/00/CONS, risultano talvolta poco rappresentative della realtà del mercato italiano degli operatori mobili virtuali, come emerge anche dalle osservazioni dei partecipanti alla consultazione e come già evidenziato sopra; tale osservazione rimane valida anche con riferimento alla situazione europea.

D2.15 Pertanto, fermo restando che, ai fini della presente analisi di mercato, non risulta necessaria una specificazione più puntuale delle diverse soluzioni tecniche di accesso alla rete (in ragione proprio dell'accertata sostituibilità tra i modelli full MVNO/ESP/SP/ATR/IAP), si registra che le definizioni date nella delibera n. 544/00/CONS potrebbero essere riformulate alla luce della situazione attuale, tenendo maggiormente conto dei "modelli di business" che gli operatori virtuali hanno o stanno per sviluppare sul mercato italiano. In particolare, potrebbe risultare opportuna la definizione di tre categorie, articolate in operatori pienamente infrastrutturati (ossia con dotazione di rete speculare a quella di un MNO eccetto per le parti che riguardano la gestione diretta dell'accesso radio - in questa categoria rientrano gli operatori MVNO della classificazione presente nella delibera n. 544/00/CONS), operatori parzialmente infrastrutturati (gli operatori ESP, SP e IAP della classificazione pre-esistente) e operatori privi di infrastrutture (*reseller* ossia semplici rivenditori).

D2.16 La classificazione dovrà comunque essere valutata in funzione delle finalità perseguite, in particolare laddove non vengono previste differenze tra le diverse categorie per quanto riguarda la possibilità di acquisire e gestire numerazioni proprie da parte degli operatori virtuali. A tal proposito, si ritiene che l'assegnazione di numerazioni proprie possa essere un elemento abilitante ai fini concorrenziali e che quindi vada considerata la possibilità di estendere tale opportunità alle diverse

categorie di operatori virtuali. In tal senso, l'Autorità sta valutando l'opportunità di uno specifico intervento al fine di chiarire le modalità di applicazione dei diritti di assegnazione delle numerazioni agli operatori virtuali, così come definite dal piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni (delibera n. 26/08/CIR); intervento che necessariamente esula dall'ambito di applicazione degli artt. 18 e 19 del Codice e quindi del presente procedimento.

D2.17 L'Autorità non ravvisa altresì elementi sufficienti per individuare un mercato dell'accesso per ciascuna delle reti mobili installate nel territorio nazionale. Come rilevato nel testo sottoposto a consultazione pubblica, e condiviso da molti operatori, la sostituibilità tra reti – dal lato della domanda e dal lato dell'offerta – è guidata dalle caratteristiche di ciascuna rete mobile presente sul territorio nazionale, in termini di disponibilità radio, di copertura territoriale e di caratteristiche tecniche; le reti mobili installate in Italia non presentano tra loro caratteristiche sostanzialmente diverse.

D2.18 La situazione descritta risulta confermata dagli operatori che sono intervenuti nel corso della consultazione pubblica. Diversi operatori – compreso alcuni di quelli che hanno sostenuto la necessità di individuare mercati separati per ciascuna rete mobile – hanno riconosciuto che dal punto di vista teorico le reti installate in Italia sono tecnicamente fungibili e che, prima della stipula del contratto, le reti degli MNO si presentano ai potenziali acquirenti come equivalenti dal punto di vista tecnico, mentre sono differenziate nelle condizioni economiche. Inoltre, molti operatori virtuali entrati nel mercato hanno specificato che prima della stipula del contratto si sono rivolti, ciascuno di loro, a più MNO per verificare quale era la migliore soluzione per il *business plan* che intendevano realizzare.

D2.19 Allo stesso modo, l'Autorità rileva che, ai fini della definizione del mercato all'ingrosso dei servizi di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti mobili pubbliche non sia opportuno distinguere tra servizi diretti verso numeri non geografici e numeri geografici. Ciò alla luce del fatto che la catena impiantistica per la realizzazione delle chiamate verso NNG e verso numerazioni geografiche è la medesima e, pertanto, i due servizi condividono gli elementi di rete nella parte dell'accesso e della raccolta. In linea con l'approccio adottato nel testo di consultazione pubblica, le specificità delle singole direttrici di traffico sono tenute in considerazione nell'applicazione del test dei tre criteri (ed eventualmente nella valutazione del grado di concorrenzialità del mercato).

D2.20 A tal proposito e con particolare riferimento agli emendamenti in materia di accesso per la fornitura di servizi di informazione abbonati approvati in prima lettura dal Parlamento europeo, si osserva che le norme in discussione, riconoscendo uno status speciale ai servizi di accesso per la fornitura di SIA, prevedono un intervento non già nell'ambito della regolamentazione specifica derivante dalle analisi di mercato, bensì di regole generali imposte nell'ambito della direttiva servizio universale.

D2.21 Inoltre, sebbene l'Autorità riconosca, come già affermato in precedenza nella delibera n. 504/06/CONS, che il costo del servizio di originazione da rete mobile non si discosti significativamente da quello del servizio di terminazione (tuttavia, a differenza della rete fissa, è ragionevole che una differenza sia presente per via della necessità di localizzare il terminale nel servizio di terminazione mobile), si evidenzia comunque che si tratta di due servizi differenti, e che quindi è richiesta una specifica valutazione e verifica dei costi dell'originazione, che potrà essere presa in considerazione nell'ambito di uno specifico procedimento, qualora se ne presenti la necessità. In ultimo, si rammenta che nel servizio offerto dagli MNO ai fornitori di servizi basati su NNG sono presenti ulteriori prestazioni, accessorie al servizio di originazione, legate all'attività di fatturazione, rischio di insolvenza, recupero crediti, che esulano dallo specifico mercato in analisi.

D2.22 Per quanto riguarda la richiesta da parte di alcuni operatori di includere esplicitamente la fornitura di servizi dati in mobilità nella definizione del mercato *wholesale*, oltre che in quella del mercato *retail*, si rileva che tali servizi richiedono la fornitura di prestazioni all'ingrosso solo in parte differenti da quelle necessarie per l'accesso e l'originazione di chiamate telefoniche. Comunque, un'eventuale esplicita inclusione delle relative prestazioni non influenza i risultati della presente analisi di mercato.

D2.23 In conclusione, l'Autorità, alla luce delle precedenti considerazioni, sulla base dell'analisi condotta, delle valutazioni espresse dagli operatori intervenuti nel corso della consultazione pubblica e dei precedenti nazionali e comunitari, individua - nell'arco temporale di riferimento della presente analisi e al fine dello svolgimento dell'analisi del mercato all'ingrosso dei servizi di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti mobili pubbliche - il mercato dei servizi di accesso e originazione delle chiamate su reti mobili pubbliche, avente dimensione nazionale, costituito (i) dall'insieme delle soluzioni tecniche di fornitura dei servizi medesimi, (ii) dall'insieme delle reti mobili installate sul territorio e (iii) dalla capacità venduta a terzi e dalla capacità destinata all'autoproduzione.

## 3. APPLICAZIONE DEL TEST DEI TRE CRITERI

113. L'analisi svolta nei paragrafi precedenti ha portato alla definizione di un mercato rilevante non incluso tra quelli elencati nella Raccomandazione come suscettibili di regolamentazione *ex ante*. Pertanto, l'Autorità deve verificare se per il mercato in esame i tre criteri indicati dalla Commissione, affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*, risultino cumulativamente soddisfatti. I tre criteri sono:

i) "la presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso;

ii) la presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva;

iii) l'efficienza relativa del diritto della concorrenza e della regolamentazione *ex ante* complementare".

Primo criterio - La presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso

114. La Commissione europea specifica, nella Raccomandazione, che le tipologie di ostacoli all'accesso al mercato da tenere in considerazione sono due: gli ostacoli giuridico-tecnici e gli ostacoli strutturali. "Gli ostacoli giuridici o normativi non sono determinati dalle condizioni economiche, bensì derivano piuttosto da misure legislative, amministrative o di altra natura prese a livello nazionale e aventi un effetto diretto sulle condizioni di accesso e/o la collocazione degli operatori sul mercato rilevante".[9] "Gli ostacoli strutturali all'accesso al mercato derivano dalle condizioni iniziali dei costi o della domanda che creano condizioni asimmetriche tra operatori storici e nuovi operatori, rendendo difficile o addirittura impossibile l'accesso al mercato da parte di questi ultimi".[10]

115. Sotto il profilo giuridico e tecnico, la fornitura di servizi di accesso all'ingrosso richiede la disponibilità di una rete radio con la preventiva assegnazione di frequenze dello spettro *hertziano*, risorse scarse la cui attribuzione avviene all'esito dello svolgimento di procedure amministrative. Il Codice prevede che le procedure siano pubbliche, trasparenti e non discriminatorie e stabilisce che "i diritti individuali di uso delle frequenze radio e dei numeri vengono rilasciati per una durata adeguata al tipo di servizio e comunque non eccedente la durata dell'autorizzazione generale" (art. 27, comma 3), pari ad un massimo di venti anni (art. 25, comma 6).

116. L'assegnazione dei diritti d'uso delle frequenze dipende dalla materiale disponibilità delle medesime. Attualmente, non risultano immediatamente disponibili risorse frequenziali nelle bande a 900 MHz e a 1800 MHz sufficienti per l'ingresso di un nuovo operatore di rete. Infatti, i canali frequenziali delle bande in esame risultano in gran parte assegnati e nuove frequenze, in entità tale da permettere l'entrata sul mercato di un nuovo operatore, non sono liberabili nel breve periodo. Inoltre, nell'ambito della consultazione pubblica avviata con la delibera n. 54/04/CONS, l'Autorità ha riscontrato che non vi fosse un sufficiente interesse da parte del mercato nell'acquisire frequenze a 1800 MHz per fornire servizi in tecnica GSM, a causa dei rilevanti investimenti necessari per lo sviluppo delle infrastrutture e del grado di maturità della tecnologia. Lo scenario descritto è in procinto di mutare nel prossimo futuro, alla luce della decisione con la quale l'Autorità ha stabilito le procedure per l'assegnazione e l'utilizzo delle bande di frequenza a 900 e 2100 MHz (delibera n. 282/08/CONS). Con tale decisione, l'Autorità stabilisce, fra le altre cose, l'avvio della fase di riassetto delle frequenze per abilitare l'utilizzo delle tecnologie UMTS sulle bande a 900 MHz (c.d. *refarming*), attualmente utilizzate per il GSM, e definisce i dettagli del piano di riorganizzazione

[9] cfr. par. 10 della Raccomandazione.
[10] cfr. par. 9 della Raccomandazione.

della banda stessa. Nell'ambito di tale processo, l'Autorità prevede la liberazione di uno spazio frequenziale di ampiezza 5 MHz in tale banda, non sufficiente comunque ad abilitare l'entrata di un nuovo operatore.

117. La situazione risulta differente, invece, per le bande a 2100 MHz. In questo ambito, la delibera n. 282/08/CONS definisce le procedure per l'assegnazione delle frequenze a 2100 MHz, rientrate nella disponibilità dello Stato al termine del contenzioso giudiziario relativo a IPSE2000, che potranno essere assegnate mediante procedura competitiva (asta) sia agli operatori esistenti, interessati a sviluppare la propria offerta di servizi a larga banda, sia ad operatori nuovi entranti, interessati all'ingresso nel mercato dei servizi di telefonia mobile. Si registra, allo stesso tempo, che l'effettivo ingresso di un MNO sulla base dell'assegnazione di tali frequenze richiede necessariamente dei tempi tecnici per lo svolgimento delle procedure amministrative e l'installazione della rete.

118. Pertanto, data l'indisponibilità di risorse frequenziali nelle bande a 900 MHz e a 1800 MHZ, le imprese che intendono entrare, come produttori, nel mercato dei servizi di accesso alla rete mobile potrebbero inizialmente ottenere le frequenze attraverso le procedure relative alla ri-assegnazione dei blocchi di frequenza disponibili nella banda a 2100 MHz. Tenuto conto della necessità, oltre che di espletare le procedure di selezione, anche di acquisire una minima dotazione di infrastrutture e di struttura commerciale, l'ingresso di un nuovo MNO potrà avvenire in un orizzonte temporale non necessariamente compreso nel periodo di riferimento della presente analisi.[11]

119. Sotto il profilo economico e strutturale, l'investimento per l'installazione di una nuova rete mobile potrebbe risultare non remunerativo se, a fronte dei costi di impianto e manutenzione della rete, la domanda di servizi di accesso non consentisse un sufficiente grado di utilizzazione degli impianti, tale da sfruttare un livello minimo di economie di scala.

120. A tal proposito, le evidenze acquisite nel corso delle consultazioni pubbliche avviate con le delibere n. 54/04/CONS e n. 343/07/CONS, il grado di maturità della domanda, le difficoltà registrate negli ultimi anni da alcuni operatori di rete mobile nel recuperare gli investimenti effettuati, nonché le esperienze passate di alcuni operatori di rete mobile (si pensi a IPSE 2000 e Blu) inducono ad una certa cautela circa l'effettiva possibilità, nel contesto del mercato italiano, che un investimento volto all'installazione di una quinta rete mobile risulti remunerativo per l'impresa.

[11] Altri processi potranno avere effetto sulla disponibilità di frequenze nel mercato italiano solo nel medio-lungo termine. Ad esempio, ulteriori risorse radio per la fornitura di servizi di telefonia mobile potrebbero diventare disponibili, in futuro, a seguito del processo di migrazione in tecnica digitale delle trasmissioni analogiche (in particolare quelle occupate nella banda UHF dal sistema televisivo, c.d. *digital dividend*) e di un riassetto dell'intero piano delle frequenze dei sistemi mobili (tra cui la banda a 2600 MHz). Sempre in futuro, un altro mezzo per accedere alle risorse frequenziali potrebbe essere rappresentato dal mercato secondario delle frequenze: infatti, un'impresa interessata ad entrare nel mercato dei servizi di accesso all'ingrosso potrebbe acquistare su base commerciale le risorse radio dagli operatori assegnatari.

121. Si osserva altresì che l'ipotetico nuovo operatore assegnatario di frequenze nella banda dei 2100 MHz sarebbe soggetto, almeno nel breve-medio periodo, a sostenere costi di rete superiori rispetto a quelli necessari per operare nella banda dei 900 MHz, a causa della minore penetrazione del segnale e della minore estensione delle celle. Il nuovo entrante avrebbe pertanto uno svantaggio competitivo derivante dalla necessità di installare un maggiore numero di BTS.

122. Inoltre, nell'approntare una rete mobile sufficientemente estesa, un operatore nuovo entrante necessita della disponibilità dei siti nei quali collocare le antenne per la ricezione e la trasmissione del segnale radio, ossia di edifici o di infrastrutture, quali ad esempio tralicci e ripetitori TV e Radio. Come rilevato dall'AGCM, "l'acquisizione di spazi fisici utilizzabili per le stazioni radio costituisce una delle principali voci di costo per l'installazione di una rete radiomobile, a causa sia dei limiti all'installazione di nuove postazioni rice-trasmittenti imposti dalla legislazione sull'inquinamento elettromagnetico, sia dei lunghi tempi di attesa per la concessione delle autorizzazioni amministrative, dei permessi urbanistici, ecc. In sintesi, l'acquisizione di un numero rilevante di siti costituisce certamente un vantaggio competitivo di rilievo per un operatore".[12]

123. In definitiva, sulla base delle valutazioni concernenti gli ostacoli di tipo giuridico-tecnici e strutturali presenti nel mercato italiano dell'accesso alle reti mobili, l'Autorità ritiene sostanzialmente soddisfatto il primo criterio indicato dalla Commissione europea nella Raccomandazione, ossia l'effettiva sussistenza di forti ostacoli non transitori all'accesso nel mercato in esame.

Secondo criterio - La presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva

124. La Commissione europea sottolinea che "anche qualora un mercato sia caratterizzato da forti ostacoli all'accesso, altri fattori strutturali in tale mercato possono indicare la tendenza verso una situazione di concorrenza effettiva nell'arco di tempo considerato".[13] Ciò può avvenire in mercati con una struttura oligopolistica, quale il mercato in esame, in presenza di un numero sufficiente di imprese con strutture dei costi divergenti e di una domanda elastica rispetto ai prezzi, nonché di un eccesso di capacità che permetterebbe normalmente ad imprese concorrenti di aumentare rapidamente la produzione a seguito di un aumento dei prezzi. In tali mercati, le quote di mercato possono modificarsi nel tempo e/o si può osservare un calo dei prezzi.

125. I principali indicatori da considerare al momento della valutazione (del primo e) del secondo criterio "sono analoghi a quelli esaminati nel contesto di un'analisi di mercato in prospettiva futura; si tratta in particolare di indicatori concernenti gli ostacoli

[12] cfr. par. 52 del provvedimento n. 17131 del 3 agosto 2007.
[13] Cfr. par. 12 della Raccomandazione.

all'accesso in assenza di regolamentazione (compresa l'entità dei costi irrecuperabili), la struttura del mercato, l'andamento e la dinamica del mercato, compresi indicatori come le quote di mercato e le relative tendenze, i prezzi di mercato e le relative tendenze, nonché la portata e la copertura delle reti o infrastrutture concorrenti".[14]

126. Inoltre, con riferimento al mercato dei servizi di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili, la Commissione europea, nell'*explanatory note* della Raccomandazione, ha specificato che se uno Stato membro ha assegnato un ridotto numero di licenze per l'esercizio di reti mobili e sussistono ostacoli non transitori all'accesso nel medio periodo, gli MNO presenti nel mercato potrebbero avere l'incentivo e la possibilità di colludere tacitamente nel mercato in esame. L'insieme degli MNO potrebbe trovare vantaggioso opporre rifiuto alle richieste di accesso alle proprie reti, in quanto tale comportamento darebbe loro la possibilità di proteggere eventuali rendite a discapito dei consumatori. Le azioni in questione – prosegue la Commissione europea – devono essere considerate nel contesto nazionale, esaminando le *performance* del mercato *retail* e le condizioni del mercato a livello *wholesale*.[15]

127. Pertanto, l'Autorità ha di seguito esaminato, nel contesto italiano: i) le *performance* del mercato *retail* (andamento delle quote di mercato e dei prezzi, redditività delle imprese, nonché la presenza di altri fattori che facilitano la concorrenza quali la possibilità di cambiare gestore di telefonia mobile, l'assenza di barriere all'espansione e il rapido cambiamento tecnologico); ii) le condizioni concorrenziali del mercato *wholesale* (stato e caratteristiche delle negoziazioni, grado di simmetria del mercato, nonché la sostenibilità nel tempo di un eventuale coordinamento tra le imprese).

*Performance del mercato retail*

128. Il mercato delle comunicazioni mobili e personali, tipicamente caratterizzato da una struttura oligopolistica, negli ultimi dodici mesi ha registrato la stipula di 12 accordi per la fornitura di servizi di accesso all'ingrosso, che consentirà l'evoluzione del mercato *retail* verso una struttura più concorrenziale (Tabella 1).

---

[14] Cfr. par. 6 delle Raccomandazione.

[15] La Commissione europea – proprio nell'*explanatory note* della Raccomandazione – ha osservato che il grado di concorrenza generalmente osservato a livello europeo in questo mercato a livello *retail* indica che un intervento regolamentare *ex ante* a livello *wholesale* potrebbe risultare inopportuno: i consumatori possono cambiare gestore di telefonia mobile in modo relativamente facile e – nonostante la struttura oligopolistica del mercato – beneficiano di prezzi in diminuzione. Inoltre, una concorrenza effettiva si è sviluppata a livello *wholesale*, con l'ingresso di operatori mobili virtuali, in molti paesi dell'Unione. Tali motivazioni hanno condotto alla rimozione del mercato in esame dalla lista dei mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

**Tabella 1 - Accordi per la fornitura di servizi di accesso all'ingrosso (aprile 2008)**

| MVO | MNO |
|---|---|
| Tiscali | Telecom Italia |
| Poste Italiane Mobile | Vodafone Italia |
| PLDT | H3G |
| Fastweb | H3G |
| Daily Telecom | Vodafone Italia |
| COOP Italia | Telecom Italia |
| CONAD | Vodafone Italia |
| Carrefour Italia Mobile | Vodafone Italia |
| BT Italia | Vodafone Italia |
| Autostrade per l'Italia | WIND |
| Auchan | WIND |
| 50&Più Fenacom | H3G |

Fonte: Autorità

Quote di mercato

129. Le quote di mercato degli operatori a livello *retail* e il relativo andamento nel periodo 2004-2007 sono misurate in termini di numero di SIM attive e di ricavi, per il periodo 2004-2007 (tabelle 2 e 3).

**Tabella 2 – Quote di mercato nell'industria dei servizi di comunicazione mobile (numero medio di utenti durante l'anno)**

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|---|---|---|---|
| Telecom Italia | 43,8 | 40,8 | 40,2 | 40,3 |
| Vodafone | 35,8 | 34,1 | 32,8 | 32,7 |
| Wind | 17,7 | 18,8 | 18,7 | 17,8 |
| H3G | 2,6 | 6,2 | 8,3 | 8,9 |
| MVO | | | | 0,2 |
| **HHI** | **3523** | **3224** | **3110** | **3095** |

Fonte: elaborazioni Autorità su dati delle imprese. A causa dell'arrotondamento al primo decimale le cifre riportate possono non sommare a 100.

**Tabella 3 – Quote nel mercato dei servizi di comunicazione mobile (ricavi)**

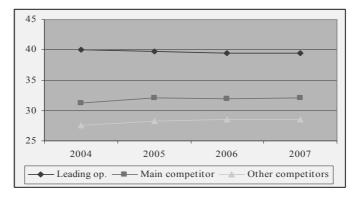
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|---|---|---|---|
| Telecom Italia | 45,4 | 42,8 | 41,2 | 40,4 |
| Vodafone | 38,2 | 38,1 | 36,5 | 36,7 |
| Wind | 13,7 | 13,2 | 15,2 | 16,0 |
| H3G | 2,7 | 5,9 | 7,1 | 6,9 |
| MVO | | | | 0,0 |
| **HHI** | **3712** | **3493** | **3312** | **3280** |

Fonte: elaborazioni Autorità su dati delle imprese

130. A dicembre 2007, il mercato *retail* era contraddistinto dalla presenza di due operatori di maggiori dimensioni (Telecom Italia e Vodafone), di due operatori di minore dimensione (Wind e H3G) e di tre operatori virtuali, entrati nel mercato tra giugno e novembre 2007, che controllavano complessivamente circa 400.000 linee.

131. Il grado di concentrazione del mercato, sulla base delle evidenze fornite dall'indice *Herfindahl-Hirschman*, è pari a circa 3100 nel 2007 e risulta in diminuzione nel periodo 2004-2007. La distribuzione delle quote di mercato risulta ancora meno concentrata utilizzando come indicatore i minuti di traffico, registrando un HHI pari a circa 3000 nel 2007. L'assetto potrebbe ulteriormente modificarsi nel prossimo futuro, proprio in virtù dell'azione degli operatori virtuali entrati di recente nel mercato e di quelli che si accingono ad entrare nel corso del 2008.

132. Si osserva altresì che la distribuzione delle quote di mercato registrata nel mercato italiano non si discosta significativamente da quanto osservato a livello europeo (Figura 2).

**Figura 6 – Quote di mercato medie degli operatori di telefonia mobile in Europa (ottobre 2007)**

Fonte: Commissione europea - Tredicesima relazione sui mercati europei delle comunicazioni elettroniche 2007 (COM (2008) 153), vol. I

Prezzi

133. L'andamento dei prezzi nel mercato viene esaminato utilizzando diversi indicatori: l'ARPM e l'ARPsms, che forniscono una misura del prezzo medio (espresso in termini nominali) praticato agli utenti finali, senza distinguere in base alla tipologia di offerta (pre/post pagato, affari/non affari) e al grado di utilizzo dei servizi (consumatore alto/basso spendente) (Figura 7); l'ABPU (*Average Bill Per User*) di ciascun operatore per quattro profili di consumo definiti dall'Autorità in analogia a quelli adottati nella prima analisi del mercato (cfr. par. 132-138 dell'allegato A alla delibera n. 46/06/CONS) e calcolati dagli operatori selezionando, per ciascun paniere, il piano tariffario che minimizza la spesa annua dell'abbonato (Figura 8).

**Figura 7 – Prezzo medio unitario dei servizi voce (€cent/minuto) e SMS (€cent/SMS)**

**ARPM Voce**

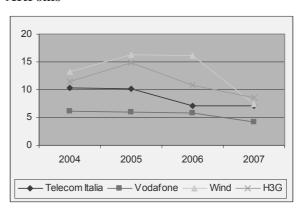
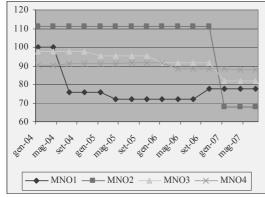
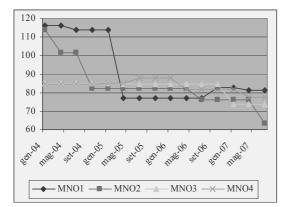
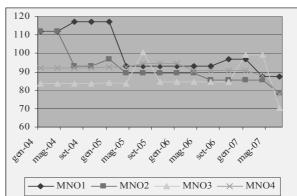
**ARPsms**

Fonte: elaborazioni Autorità su dati delle imprese

**Figura 8 – Spesa annua per profilo di consumo (100 = media al 1° gennaio 2004)**

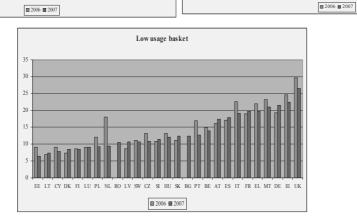
**Paniere A1**

**Paniere A2**

**Paniere B1**

**Paniere B2**

Fonte: Elaborazioni Autorità su dati delle imprese

134. I prezzi nel mercato delle comunicazioni mobili e personali, sulla base dei due tipi di indicatori adottati, risultano in costante diminuzione. Tale tendenza emerge indipendentemente dall'indicatore esaminato.

135. Inoltre, i prezzi praticati dagli operatori mobili italiani sono stati confrontati con quelli praticati negli altri paesi europei. La Commissione europea, nella tredicesima relazione sui mercati europei delle comunicazioni elettroniche 2007 (COM (2008) 153), ha pubblicato, come di consueto, un confronto dei prezzi praticati nei vari paesi europei, basato sulla valorizzazione dei panieri di consumo predisposti dall'OCSE (basket 2006). In particolare, la spesa minima sostenuta da tre tipologie di clienti (*low*, *medium* e *high usage*) con contratto post-pagato viene quantificata per i due principali operatori, in termini di abbonati, di ciascun paese. Sulla base di questi dati, è stata calcolata, per ciascun paese, la media aritmetica delle spese indicate dai due operatori, ottenendo così una misura delle condizioni economiche in vigore a livello europeo (Figura 9). Il mercato italiano risulta avere livelli di spesa superiori alla media complessiva, per ciascuna delle tre tipologie di consumo esaminate, ma inferiori alla media dei maggiori paesi europei (Francia, Germania, Spagna e Regno Unito).

**Figura 9 – Spesa mensile per profilo di consumo in Europa (euro/mese)**

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Commissione europea - Tredicesima relazione sui mercati europei delle comunicazioni elettroniche 2007 (COM (2008) 153), vol. II

136. Si osserva altresì che l'esercizio condotto sui dati forniti dalla Commissione europea conduce a risultati analoghi a quelli mostrati nel rapporto *The International Communications Market* 2007 pubblicato da Ofcom. Il regolatore inglese ha focalizzato l'analisi su Regno Unito, Francia, Germania e Italia (oltre che gli Stati Uniti d'America), valorizzando un insieme di servizi tra cui quelli di telefonia mobile.

Redditività

137. L'esame della redditività del settore è focalizzata, analogamente con quanto fatto nella precedente analisi di mercato, sugli indici di redditività dell'intera attività caratteristica svolta dagli operatori di telecomunicazione, anziché sugli indici di redditività riferiti alle singole componenti (ad esempio, servizi mobili finali tradizionali, altri servizi *retail* e servizi *wholesale*).

138. La situazione finanziaria delle imprese operanti nel mercato delle telecomunicazioni mobili si presenta nel biennio 2005-2006 ancora eterogenea. Infatti, considerando l'incidenza del reddito operativo e del margine operativo lordo sui ricavi, si osserva che Telecom Italia e Vodafone registrano valori decisamente positivi, mentre Wind e H3G conseguono risultati inferiori quando non negativi rispetto agli operatori entrati per primi nel mercato (Tabella 4).

**Tabella 4 – Reddito operativo degli operatori mobili (% dei ricavi) e Margine operativo lordo degli operatori mobili (% dei ricavi)**

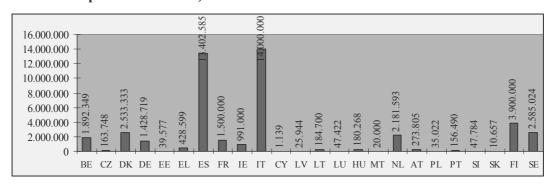
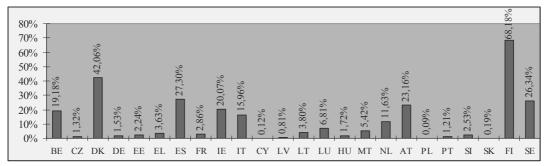
| | Ebitda % | | Ebit % | |
|---|---|---|---|---|
| | **2005** | **2006** | **2005** | **2006** |
| **Telecom Italia** | 51,7 | 50,5 | 38,3 | 36,7 |
| **Vodafone** | 56,7 | 56,0 | 28,8 | 27,6 |
| **Wind** | 31,5 | 33,5 | 6,9 | 11,7 |
| **H3G** | -27,2 | 15,9 | -70,5 | -16,7 |

Fonte: elaborazioni Autorità su bilanci aziendali

139. Inoltre, si rileva che il livello di redditività del mercato della telefonia mobile risulta superiore, di circa il 10%, di quello registrato a livello europeo: nel 2005, il rapporto medio tra costi operativi e ricavi, secondo stime di Merrill Lynch, è stato pari al 38% in Europa e al 41,5% in Italia.

Barriere al cambiamento

140. In Italia, i numeri mobili complessivamente portati (dal cliente nel passaggio da una rete ad un'altra) sono, al 30 marzo 2008, oltre 16 milioni. Come rilevato nella tredicesima relazione della Commissione europea, l'Italia, insieme alla Spagna, è il paese con il maggiore numero, in termini assoluti, di attivazioni del servizio mentre, in termini relativi, occupa l'ottavo posto nella graduatoria (Figura 10). Il successo della MNP non esclude la possibilità che si verifichino, con l'evolvere del mercato, alcune criticità. In effetti, in diverse occasioni è stata riscontrata la necessità di intervenire sulla regolamentazione di dettaglio della MNP, per garantire procedure sempre più efficaci e soddisfacenti. In quest'ottica, la Commissione per le infrastrutture e le reti, nella riunione del 5 dicembre 2007, ha avviato il procedimento, attualmente in corso, concernente "la revisione delle norme riguardanti la portabilità del numero mobile e disposizioni per l'adeguamento della capacità giornaliera di evasione degli ordini di portabilità del numero mobile degli operatori *donating*, anche in relazione alle esigenze derivanti dall'avvio dei servizi da parte degli operatori mobili virtuali".

**Figura 10 – Mobile number portability in Europa (numeri portati e in base al numero complessivo di clienti) – ottobre 2007**

Fonte: Commissione europea - Tredicesima relazione sui mercati europei delle comunicazioni elettroniche 2007 (COM (2008) 153), vol. II

<u>Barriere all'espansione</u>

141. Per quanto riguarda le barriere all'espansione, si richiamano le conclusioni raggiunte nell'ambito della prima analisi di mercato. In particolare, in quella sede, l'Autorità ha osservato che la distribuzione delle frequenze non sembra imporre un limite alla capacità produttiva degli operatori (volumi di traffico gestibili senza che la qualità del servizio scenda sotto i livelli standard). A questo risultato si giunge calcolando un indice dell'utilizzo della capacità trasmissiva disponibile (rapporto utenti su MHz disponibili) e confrontandolo con quello di altri paesi europei. Considerando le variazioni rilevate rispetto ai dati disponibili alla data della prima analisi di mercato - sia per quanto riguarda la banda disponibile (in MHz) per i sistemi GSM/UMTS (che è leggermente aumentata grazie alla dismissione del sistema TACS), sia per il numero di abbonati (che è anch'esso aumentato) - l'Autorità ritiene che non ci siano stati sostanziali cambiamenti e che quindi rimanga ancora valida l'osservazione secondo cui gli MNO italiani dispongono, anche se in misura diversa tra loro, di una certa capacità trasmissiva inutilizzata. L'Autorità rileva comunque che alcune differenze permangono tra i diversi operatori mobili, che derivano dalla differente dotazione frequenziale di cui essi dispongono. In particolare, la disponibilità di banda a 900 MHz è da considerarsi

"pregiata" soprattutto rispetto a quella ai 2100 MHz, come già rilevato al capoverso 121.

Cambiamento tecnologico

142. Attualmente, la tecnologia GSM può essere considerata matura, mentre la tecnologia UMTS lo è di meno. In entrambi i casi, comunque, vi è un certo grado di cambiamento tecnologico allo scopo prevalentemente di consentire un miglioramento ed un ampliamento dei servizi offerti di tipo dati. Questo si è realizzato ad esempio con l'introduzione delle tecnologie EDGE (*Enhanced Data Rates for Global Evolution*) ed HSPDA (*High Speed Downlink Packet Access*), rispettivamente per le reti GSM ed UMTS. Entrambe queste evoluzioni, infatti, sono volte ad incrementare la capacità (in termini di banda) di accesso alla rete dati del cliente finale, ampliando di conseguenza il portafoglio di servizi fruibili (tra i quali anche la *mobile TV*), migliorandone la qualità e conseguendo al tempo stesso una riduzione dei costi di produzione di ciascun servizio.

*Condizioni concorrenziali del mercato wholesale*

143. In Italia, negli ultimi dodici mesi, sono stati stipulati numerosi accordi giuridicamente vincolanti tra MNO e MVO. Sulla base di tali accordi, sette operatori (CIM, Coop, Postemobile, BT Italia, Auchan, Conad, Daily Telecom) hanno già iniziato la commercializzazione di servizi di comunicazione mobile e personale, mentre altri operatori dovrebbero proporre i servizi agli utenti finali entro la fine del 2008. Inoltre, alcuni MNO hanno annunciato ufficialmente la stipula di accordi preliminari con altri soggetti sprovvisti di risorse radio (ad esempio, H3G con Astelit) (cfr. *supra* Tabella 1).

144. I contratti stipulati in Italia si basano sulle soluzioni tecniche che rientrano nella famiglia degli *Enhanced Service Provider* o su soluzioni meno infrastrutturate. Gli accordi in questione consentono all'MVO di fornire al proprio cliente finale l'insieme dei servizi di comunicazione mobile (voce, dati) sul territorio italiano ed all'estero, inclusi quelli su tecnologie innovative (ad esempio, UMTS e/o *high speed Internet*) e di provvedere alle attività di *billing*, *rating* e *charging*, nonché alle attività di marketing e di assistenza al cliente.

145. Le condizioni economiche previste nei contratti dipendono dalla metodologia di *pricing* concordata tra le parti. In linea teorica, il *pricing* può essere basato sulla specificazione di un costo per unità di prodotto acquistato (*cost-based*) oppure su un modello di *retail minus*, a partire dal prezzo minutario (unitario nel caso di sms) dei servizi di comunicazione mobile praticato dall'MNO. Inoltre, il *pricing wholesale* può essere totalmente a consumo oppure prevedere forme di tariffe a due parti, in cui la parte fissa è data ad esempio da canoni mensili che includono una quantità predefinita di volumi di traffico. Sempre in linea teorica, i ricavi da terminazione (ossia i ricavi derivanti dalla terminazione delle chiamate destinate all'utente finale che fruisce di

servizi di telefonia mobile forniti da un MVO) possono entrare direttamente negli scambi, prevedendo delle forme di *revenue sharing* tra le parti. Le parti possono altresì concordare degli sconti in ragione dell'evoluzione nel tempo della quantità domandata oppure degli sconti quantità, legati all'ammontare di traffico uscente generato da ciascun cliente dell'MVO. Ulteriori previsioni possono attenere al pagamento di costi *una tantum* connessi al *set-up* del servizio, oppure all'emissione della SIM card, nonché costi di gestione delle SIM.

146. Si rileva altresì che, in virtù degli accordi stipulati, i principali operatori di telefonia fissa presenti nel mercato italiano hanno accesso alle reti di telefonia mobile: Tiscali, BT Italia e Fastweb per il tramite di accordi con società terze per l'accesso all'ingrosso ai servizi di rete e Telecom Italia e Wind quali operatori integrati, a cui si è aggiunto di recente Tele2-Vodafone.[16]

147. Pertanto, considerato lo stato e le caratteristiche delle negoziazioni tra MNO e MVO, nonché l'assetto concorrenziale riscontrato nel mercato, l'Autorità deve valutare la sussistenza, nel mercato italiano, delle principali condizioni che potrebbero favorire l'insorgere di un tacito coordinamento che duri nel tempo.

148. In particolare, la Commissione sottolinea che "nel valutare *ex ante* le probabilità dell'esistenza o dell'insorgenza di un mercato che possa favorire una posizione dominante collettiva, nella forma di un tacito coordinamento, le ANR dovranno analizzare:

a) se le caratteristiche del mercato siano tali da favorire un coordinamento tacito e

b) se una tale forma di coordinamento sia sostenibile, ovvero, i) se uno dei componenti dell'oligopolio sia in grado di sottrarsi al coordinamento e se sia motivato a farlo, considerata la capacità di ritorsione degli altri componenti e la loro motivazione in questo senso, e ii) se gli acquirenti/concorrenti marginali/potenziali abbiano la capacità o siano motivati a opporsi a qualsiasi forma di coordinamento che ne risulti e che sia contraria alla concorrenza".[17]

149. Più precisamente, sulla base della giurisprudenza comunitaria (cfr. sentenza del Tribunale di primo grado delle Comunità europee del 6 giugno 2002

---

[16] Il 6 ottobre 2007, Vodafone Group PLC ha annunciato pubblicamente la stipula di due accordi - che hanno dato luogo ad un'unica operazione di concentrazione ai sensi del Regolamento comunitario sulle concentrazioni - con Tele2 Europe s.a., società del gruppo svedese Tele2 AB. In particolare, Vodafone ha acquisito l'intero controllo della società Tele2 Italia s.p.a. L'operazione di concentrazione è stata notificata alla Commissione europea ai sensi dell'art. 4 del Regolamento comunitario sulle concentrazioni e la Commissione ha deciso – in conformità all'articolo 6(1)(b) del regolamento del Consiglio CE, n. 139/2004 – di non opporsi a detta concentrazione e di dichiararla compatibile con il mercato comune e lo SEE. Il 5 dicembre 2007, Vodafone ha comunicato il perfezionamento dell'acquisto di Tele2 Italia con il trasferimento dell'intero capitale sociale e la nomina del nuovo Consiglio di Amministrazione di Tele2 Italia.

[17] Cfr. par. 96 delle Linee direttrici.

Airtours/Commissione T342/99) e delle decisioni di altre autorità nazionali di regolamentazione (cfr. ad esempio la decisione di Comreg sul mercato *Access and call origination on public mobile telephone networks in Ireland* - Case IE/2004/0121), una posizione di dominanza congiunta può costituirsi quando vengano riscontrati nel mercato:

- la presenza di incentivi al coordinamento (ciascun membro dell'oligopolio deve avere l'incentivo – in ragione del grado di simmetria e di concentrazione del mercato – ad adottare una linea d'azione comune);
- la capacità delle imprese a coordinarsi (ciascun membro dell'oligopolio deve avere la possibilità di individuare una linea d'azione comune su cui convergere - c.d. *focal point*);
- un elevato grado di trasparenza (ciascun membro dell'oligopolio dominante deve poter conoscere il comportamento degli altri membri, al fine di verificare se essi adottino o meno la stessa linea di azione);
- la presenza di un meccanismo di ritorsione (la situazione di coordinamento tacito può conservarsi nel tempo solo se tutti i membri dell'oligopolio dominante dispongono di un meccanismo di ritorsione da attuare nel momento in cui un MNO devia dalla linea di condotta adottata in comune);
- l'assenza di vincoli concorrenziali (le imprese devono avere la sicurezza che la reazione prevedibile dei concorrenti effettivi e potenziali, nonché dei consumatori, non rimetterebbe in discussione i risultati attesi dalla comune linea d'azione).

150. Il grado di simmetria tra gli MNO non risulta, al momento, sufficientemente omogeneo. Infatti, le quote del mercato *wholesale* coincidono, sino agli ultimi mesi del 2007, in misura pressoché integrale con quelle del mercato *retail*, caratterizzate, come visto, da una certa disomogeneità. Le transazioni a livello *wholesale* differiscono da quelle a livello *retail* solo nella misura in cui vengono forniti servizi di *roaming* nazionale. Tuttavia, si consideri che tali servizi rappresentavano, nel 2007, una quota residuale delle quantità scambiate nel mercato (sebbene negli anni precedenti contribuissero in misura maggiore alla determinazione delle quantità scambiate nel mercato, ma comunque sempre in modo marginale). A fine 2007, con l'ingresso dei primi operatori virtuali, si è registrato un altro fattore che contribuisce, ma ancora in misura limitata, alla divaricazione delle quote di mercato a livello *wholesale* e *retail*. Alla luce di queste considerazioni, le quote di mercato registrate (cfr. Tabelle 2 e 3) a livello *retail* rappresentano una *proxy* per le quote di mercato a livello *wholesale*. Allo stesso tempo, la Commissione europea e altre autorità nazionali di regolamentazione hanno rinvenuto, in alcuni casi, una dominanza collettiva anche quando gli oligopolisti non avevano quote di mercato totalmente simmetriche, in quanto l'esistenza di

asimmetrie nelle quote di mercato non costituisce di per sé un ostacolo ad un comportamento tacitamente coordinato.[18]

151. Gli MNO, sebbene dispongano di reti di telecomunicazione sostanzialmente omogenee in termini di copertura di territorio e popolazione nazionali, hanno – quantomeno nell'arco temporale di riferimento dell'analisi – strutture di costo differenziate, in ragione delle risorse frequenziali disponibili e degli standard tecnologici utilizzati. Telecom Italia, Vodafone e Wind hanno disponibilità di spettro nella banda GSM a 900 MHz, GSM a 1800 MHz ed UMTS mentre H3G è titolare di diritti d'uso esclusivamente per le frequenze destinate all'UMTS. Inoltre, nell'ambito delle trasmissioni in tecnica GSM, Telecom Italia e Vodafone detengono una quantità di frequenze prevalentemente a 900 MHz, rispetto a Wind la quale ha, invece, una maggiore disponibilità di spettro a 1800 MHz.[19] L'impiego di differenti bande frequenziali incide sui costi degli operatori in quanto il segnale veicolato sulle frequenze a 1800 MHz e a 2100 MHz è caratterizzato da una minore capacità di penetrazione e di propagazione rispetto al caso in cui venga trasmesso nella banda a 900 MHz. Ciò comporta, a parità di copertura, l'installazione di un maggiore numero di BTS e di un più elevato numero di collegamenti trasmissivi per rilegare le BTS con i BSC. Allo stesso tempo, si rileva che la differenziazione nelle strutture di costo degli MNO tende a diminuire ed al 2010 è prevista una sostanziale simmetria dei costi di terminazione delle chiamate vocali sulle singole reti mobili.

152. In tale contesto, gli MNO potrebbero incontrare condizioni favorevoli all'adozione di una linea d'azione comune finalizzata ad impedire a soggetti terzi i) l'accesso in qualità di operatori MVNO oppure ii) di esercitare nel mercato retail una consistente pressione competitiva, in termini di prezzo e/o in termini di servizi offerti.

153. Al riguardo si osserva, infatti, la mancanza di accordi di tipo MVNO, che in futuro potrebbe ostacolare l'operatore virtuale che intende proporre offerte diversificate ed innovative, rispetto a quanto fatto dall'operatore ospitante. Da un punto di vista tecnico, molte delle limitazioni sono correlate all'impossibilità dell'MVO di gestire la localizzazione del cliente, il che fra le altre cose ostacola la realizzazione di alcune tipologie di offerte integrate fisso-mobile. A tal proposito, come visto, si osserva che in realtà anche un operatore meno infrastrutturato potrebbe essere in grado di fornire tali servizi, a patto però che l'MNO gli permetta almeno di avere visibilità della localizzazione dell'utente, senza prevedere necessariamente una gestione in proprio della stessa (circostanza che lo configurerebbe come MVNO). In sostanza, ciò che rileva è la mancanza di accordi di tipo MVNO, ma ancor più di accordi che prevedano l'accesso alle informazioni di localizzazione dell'utente.

---

[18] Cfr. ad esempio caso M.2498 UPM-KYMMENE/HAINDL oppure decisione dell'Autorità spagnola CMT sul mercato dell'accesso alle reti mobili (caso ES/2005/330).

[19] La mancanza di spettro assegnato nella banda dei 900 MHz è stata sopperita di recente con l'assegnazione temporanea all'operatore Wind di 5 MHz aggiuntivi, corrispondenti alla porzione di spettro rilasciata dal dismesso sistema TACS.

154. In secondo luogo, si osserva che generalmente gli MNO prestano agli MVO servizi *end-to-end*, ossia provvedono alla raccolta e all'instradamento del segnale dalla SIM dell'utente dell'MVO fino alla sua terminazione sulla rete del cliente chiamato. In futuro, una volta che gli operatori virtuali avranno superato la fase di avvio della commercializzazione dei servizi di telefonia mobile al pubblico, assumerà rilievo l'effettiva possibilità per gli operatori virtuali di provvedere direttamente alla gestione dell'instradamento fino alla terminazione del traffico verso specifiche direttrici, quali ad esempio verso la rete fissa nazionale o internazionale, o verso altre reti mobili.

155. Per quanto riguarda le condizioni economiche, quelle attualmente previste negli accordi non garantiscono necessariamente, nel caso di un'eventuale consistente riduzione dei prezzi nel mercato *retail*, il perdurare nel tempo di pari condizioni concorrenziali tra MNO e MVO. In tal senso, risulterà determinante in futuro che sussista l'effettiva possibilità, nelle modalità previste dai contratti, di pervenire alla rinegoziazione delle condizioni economiche alla luce dell'evoluzione del mercato.

156. Inoltre, alla luce degli sviluppi del mercato all'ingrosso, potrebbero evidenziarsi criticità nel funzionamento di specifiche direttrici di traffico. In particolare, l'attuale configurazione degli accordi potrebbe risultare insufficiente nell'incrementare il grado di concorrenza nella fornitura di servizi a valore aggiunto su numerazioni non geografiche. Infatti, tale segmento di mercato è contraddistinto da un'elevata redditività che ostacola la riduzione dei prezzi finali praticati agli utenti di telefonia mobile per l'accesso ai servizi forniti attraverso NNG. In tale contesto, senza la piena affermazione di operatori virtuali che provvedano in proprio alla gestione delle chiamate verso le numerazioni non geografiche (su cui sono attestati i titolari delle NNG), difficilmente potrà essere esercitata una pressione competitiva tale da ridurre i prezzi dei servizi in questione praticati agli utenti finali. A tal proposito, l'Autorità richiama i problemi concorrenziali individuati dall'Autorità nella delibera n. 732/06/CONS (consultazione pubblica sull'identificazione ed analisi del mercato dell'originazione da rete mobile di chiamate verso numerazioni non geografiche, sulla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere).

157. Per quanto riguarda le condizioni contrattuali, alcune criticità si potrebbero manifestare nel caso di scioglimento del rapporto contrattuale. L'MVO potrebbe, infatti, incontrare ostacoli nel trasferire la propria clientela verso la rete di un altro MNO. In tal senso, l'assegnazione di archi di numerazione agli operatori virtuali potrebbe facilitare, ove ritenuto necessario, l'acquisizione dei servizi di accesso da altri MNO. Inoltre, si nota che in futuro assumerà rilievo – una volta che gli operatori virtuali avranno consolidato la propria posizione di mercato e sarà trascorso un determinato periodo di tempo – la possibilità di rinegoziare in buona fede la fornitura di servizi di accesso alla rete mobile, nel caso in cui l'operatore virtuale volesse gestire in proprio i servizi di localizzazione del cliente ed offrire i suddetti servizi come MVNO, proseguendo dunque lungo la scala delle dotazioni infrastrutturali.

158. L'insieme dei fattori esaminati potrebbe rendere più agevole l'adozione di meccanismi concertati volti a limitare la pressione competitiva esercitabile dagli operatori virtuali.

159. Con riferimento alla sostenibilità nel tempo dell'eventuale coordinamento, si osserva che gli MNO (in particolare quelli di minore dimensione) hanno l'incentivo, in virtù della capacità inutilizzata disponibile sulla propria rete, a fornire i servizi di accesso all'ingrosso al fine di acquisire quote di mercato ed aumentare il grado di utilizzo dell'infrastruttura. Peraltro, in Italia, ciascun MNO ha sottoscritto almeno un contratto per la fornitura di servizi di accesso all'ingrosso, a testimonianza del fatto che le reti di accesso sono effettivamente fungibili per gli MVO. In tale contesto, le imprese escluse da un eventuale coordinamento potrebbero essere nelle condizioni di interferire sulla condotta adottata dalle imprese concorrenti e quindi di rimettere in discussione i risultati attesi dalle imprese che colludono tacitamente.

160. A fronte delle criticità evidenziate – che potrebbero, in prospettiva, ridurre la capacità degli operatori virtuali di incidere, nel mercato italiano, sul piano della scelta, del prezzo e della qualità – l'Autorità dispone di ulteriori strumenti, oltre all'introduzione di obblighi regolamentari a seguito delle analisi di mercato, per intervenire nel mercato. Innanzitutto, l'Autorità può svolgere un'attività di vigilanza sul mercato e, in particolare, sull'ingresso e l'evoluzione degli operatori mobili virtuali in Italia, anche considerato il fatto che le problematiche si rilevano prevalentemente a livello *wholesale* e questo potrebbe pregiudicare in prospettiva il corretto funzionamento del mercato *retail*.

161. Inoltre, nel settore, caratterizzato da un crescente numero di operatori con prerogative e dimensioni diverse e da certo grado di concorrenza, potrebbero insorgere controversie aventi ad oggetto l'interpretazione e l'applicazione di regole contrattuali, anche di natura tecnica (ad esempio, relative alle modalità di accesso e di interconnessione). La rapida soluzione di tali controversie è condizione essenziale per il raggiungimento della certezza giuridica che è alla base dello sviluppo di un mercato veramente competitivo. Pertanto, si rileva innanzitutto che l'accesso alle reti mobili continuerà ad essere fornito agli MVO dagli MNO sulla base della libera negoziazione commerciale, nel rispetto dei principi di trasparenza e non discriminazione previsti dall'art. 2, comma 5, della delibera n. 544/00/CONS e che, in tale ambito, conformemente a quanto stabilito dall'art. 1, comma 11, della legge 249/97, l'Autorità svolgerà le proprie competenze di carattere conciliativo. Allo stesso tempo, è in corso la revisione (cfr. delibera n. 18/08/CONS) delle procedure per la risoluzione non giurisdizionale delle controversie tra organismi di telecomunicazioni, disposte con la delibera n. 148/01/CONS, anche alla luce dell'art. 23 del Codice, che ha innovato la disciplina in materia.

162. L'Autorità – come già indicato nella delibera n. 26/08/CIR – valuterà altresì l'opportunità di avviare una riflessione, nell'ambito di uno specifico procedimento, concernente sia il regime di assegnazione di archi di numerazione agli operatori virtuali

(ponderando le effettive necessità sia degli MVO che degli MNO, unitamente ad una attenta valutazione dell'effettiva disponibilità di risorse di numerazione), sia gli aspetti più generali di regolazione del settore e di tutela dell'utenza. Peraltro, l'eventuale assegnazione di archi di numerazione all'operatore virtuale potrebbe avere impatto sulle modalità tecniche di gestione del cliente finale e agevolare la graduale infrastrutturazione degli operatori virtuali.

163. Alla luce delle considerazioni svolte in precedenza si valuta che non vi siano elementi per concludere univocamente nel senso del mancato superamento del secondo criterio e per tale ragione si rende necessaria l'analisi del terzo criterio.

Terzo criterio - L'efficienza relativa del diritto della concorrenza e della regolamentazione *ex ante* complementare

164. La Commissione europea, nella Raccomandazione (par. 13), prevede che "la decisione di identificare un mercato quale possibile oggetto di regolamentazione *ex ante* deve dipendere anche da una valutazione dell'adeguatezza del diritto della concorrenza a rimediare ai fallimenti di mercato derivanti dal fatto che sono soddisfatti i primi due criteri. Gli interventi del diritto della concorrenza saranno probabilmente insufficienti se un intervento volto a rimediare ad un fallimento di mercato deve soddisfare un gran numero di criteri di conformità o se sono indispensabili interventi frequenti e/o tempestivi".

165. Tale verifica impone, pertanto, una valutazione in merito all'idoneità degli interventi adottati in applicazione delle norme antitrust (in assenza di regolamentazione *ex ante*) a ridurre o rimuovere gli ostacoli esistenti o a ripristinare una concorrenza effettiva. Nel caso di specie, questa non può prescindere non solo dall'analisi delle norme di diritto concretamente applicabili, ma altresì da una considerazione delle stesse in rapporto alle caratteristiche di mercato sul quale insisterebbero eventuali interventi antitrust, anche alla luce delle recenti pronunce adottate con riferimento al mercato stesso nell'ambito dell'istruttoria A/357 (cfr. *supra*).

166. Con riguardo alle norme di diritto sulle quali si fonderebbe un eventuale intervento, si rileva come la stessa esperienza applicativa dell'AGCM abbia dimostrato che, alla naturale verifica *ex post* connessa all'accertamento di un abuso di posizione dominante, come anche all'analisi di eventuali effetti anticoncorrenziali derivanti da intese fra gli operatori, si accompagni sovente una complessità di indagine che rende necessariamente la decisione antitrust priva della necessaria tempestività.

167. La natura di tali interventi assume altresì carattere più o meno risolutorio a seconda dell'ambito merceologico e geografico sul quale questi sono destinati a produrre i propri effetti.

168. Nel mercato in esame – caratterizzato dalla presenza di un certo grado di cambiamento tecnologico, nonché da una continua evoluzione delle condizioni concorrenziali – si ravvisa tanto più l'esigenza di un monitoraggio attento e continuo, al fine di evitare che comportamenti ostruzionistici degli operatori infrastrutturati ostacolino l'operatività di nuovi soggetti. Ciò soprattutto in considerazione delle osservazioni svolte in merito alla sussistenza di ostacoli economici e/o giuridici all'accesso al mercato ed alle possibili aperture connesse alla futura assegnazione di frequenze. Infatti, in un momento in cui il mercato, che già sta sperimentando una certa vivacità, potrebbe conoscere forme di maggiore dinamismo, l'intervento regolamentare risulta più idoneo, in ragione della maggiore tempestività connaturata allo stesso, ad anticipare l'evoluzione del mercato stesso e orientarlo verso meccanismi quanto più possibile concorrenziali.

169. In tale ottica, in considerazione sia della potenziale numerosità degli accordi tra MNO e MVO sia delle specificità tecniche e economiche ivi contenute, l'Autorità ritiene che nel mercato in esame sarebbero opportuni interventi frequenti e volti ad accertare la congruità delle pattuizioni poste in essere. In tal senso, la fissazione ex ante di principi ai quali adeguarsi consentirebbe di facilitare le negoziazioni e di ridurre la probabilità dell'insorgere di controversie tra gli operatori; un intervento successivo di tipo meramente sanzionatorio fondato sull'applicazione del diritto della concorrenza non sarebbe quindi pienamente efficace a correggere tempestivamente le carenze del mercato individuate.

170. Ciò premesso, va comunque ricordato che i recenti interventi antitrust hanno prodotto, anche in fase di istruttoria (e in tal senso, sotto la minaccia di un provvedimento sanzionatorio), l'effetto di stimolare la conclusione di accordi tra MNO e MVO. Inoltre, avuto riguardo alla tipologia degli operatori interessati dalle negoziazioni, si osserva che, dal lato dell'offerta, ciascun MNO ha stipulato almeno un contratto di fornitura dei servizi di accesso all'ingrosso. Dal lato della domanda, i soggetti che hanno avuto accesso alle reti mobili provengono da altri settori merceologici (grande distribuzione, servizi postali, trasporti), oppure sono già attivi nel settore delle telecomunicazioni, in qualità di operatori di telefonia fissa oppure di fornitori di servizi vocali destinati a specifici gruppi di utenti. In questo senso, l'intervento antitrust ha senz'altro costituito un fattore incentivante alla conclusione di accordi fra i suddetti operatori e quindi ad una parziale apertura del mercato.

171. Tuttavia, nonostante le recenti dinamiche del mercato abbiano consentito la conclusione di accordi per l'offerta di servizi di telefonia mobile da parte di operatori sprovvisti di risorse radio, si ritengono ancora sussistenti nel mercato criticità tali da richiedere un'attenta vigilanza sulle dinamiche competitive del mercato dell'accesso, anche alla luce della rapida evoluzione del mercato e, in particolare, dei nuovi processi di integrazione fisso-mobile. Infatti, come osservato dalla stessa AGCM, pur non ritenendo di confermare l'ipotesi, prospettata in sede di avvio di istruttoria, della sussistenza di una posizione dominante collettiva degli MNO nel mercato dell'accesso ciò "non significa che questi mercati non siano stati caratterizzati, prima dell'intervento

dell'Autorità, da quelle oggettive criticità concorrenziali che la presente procedura ha evidenziato".

172. Pertanto, in considerazione del permanere delle problematiche osservate, nonché del possibile e immediato sorgere di nuove controversie legate all'implementazione degli accordi conclusi, un intervento *ex ante*, volto a disciplinare in via preventiva l'attività degli MNO e i rapporti fra questi e gli MVO, potrebbe evitare che lo sviluppo del mercato sia rallentato dal mancato o ritardato raggiungimento di un certo grado di certezza giuridica. In tal senso, l'Autorità ritiene che il terzo criterio indicato dalla Commissione europea risulti soddisfatto.

In conclusione, l'analisi svolta in merito al mercato italiano dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili ha consentito di concludere nel senso che risultano soddisfatti due dei criteri indicati dalla Commissione europea al fine di individuare i mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante*, vale a dire a) la presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso e c) l'efficienza relativa del diritto della concorrenza e della regolamentazione ex ante complementare, mentre non sussistono, in considerazione dell'attuale assetto di mercato, elementi tali per concludere univocamente circa il secondo criterio, vale a dire b) la presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva.

Posto, quindi, che i criteri in questione devono essere cumulativamente soddisfatti e considerata l'impossibilità di concludere in senso definitivo circa la mancata verifica del secondo criterio, si ritiene di non poter pervenire con la necessaria certezza ad una valutazione conclusiva che attesti il superamento del test dei tre criteri.

**D3. Si condivide la valutazione dell'Autorità per cui, in considerazione dell'attuale assetto di mercato così come esaminato, non è possibile concludere circa il mancato superamento, nell'arco temporale di riferimento dell'analisi e date le specifiche circostanze del mercato italiano, del test dei tre criteri?**

*Le osservazioni dei soggetti rispondenti alla consultazione*

***i. I criterio***

D3.1 La maggior parte degli operatori ha condiviso la valutazione svolta dall'Autorità circa il superamento del primo criterio, in ragione della presenza di ostacoli non transitori all'accesso, sia di natura giuridica e tecnica che strutturale ed economica.

D3.2 Diversamente, i tre principali operatori infrastrutturati (Telecom Italia, Wind e Vodafone), hanno ritenuto tali ostacoli superabili, sia in considerazione della futura possibile assegnazione ed utilizzo di frequenze a 900 e 2100 Mhz, sia sfruttando accordi di *roaming* e di condivisione delle infrastrutture per dilazionare gli investimenti. Peraltro, l'utilizzo di frequenze a 2100 Mhz genererebbe economie di scala consentendo recuperi di efficienza. Infine, i recenti sviluppi tecnologici (servizi integrati, *mobile broadband*) potrebbero mutare le aspettative di redditività degli investimenti dei neoentranti.

***ii. II criterio***

D3.3 In via preliminare, Fastweb ha ritenuto non condivisibile, dal punto di vista procedurale, l'analisi condotta dall'Autorità in merito al secondo criterio, in quanto questa, ai fini del triplo test, non dovrebbe essere diretta a verificare la sussistenza di una posizione dominante collettiva, quanto le condizioni concorrenziali esistenti sul mercato. Secondo Fastweb, infatti, l'accertamento circa il superamento del triplo test sarebbe ben distinto dall'analisi di mercato diretta a riscontrare la presenza di imprese dotate di significativo potere di mercato. D'altro canto, Wind e gli altri MNO non ravvedono la necessità di verificare la sussistenza, nel mercato italiano, delle principali condizioni che potrebbero favorire l'insorgere di un tacito coordinamento che duri nel tempo, considerata la presenza di una viva competizione nel mercato al dettaglio e di una molteplicità di accordi siglati tra MNO e MVO.

D3.4 Ciò premesso, la maggior parte degli operatori ha ritenuto soddisfatto il secondo criterio, sottolineando il progressivo consolidamento dell'assetto oligopolistico del mercato.

D3.5 Con riferimento all'analisi svolta dall'Autorità in merito alle performance del mercato *retail*, diversi operatori (FW, Welcome, Tiscali, BT) non hanno condiviso le conclusioni *ivi* raggiunte, ritenendo invece che il mercato sia tuttora caratterizzato da un elevato livello di concentrazione. Peraltro, qualche operatore ha contestato i dati prodotti dall'Autorità, evidenziando un aumento dei prezzi a livello *retail*. Gli operatori (in particolare Fastweb e Tiscali) hanno altresì rilevato la presenza di elevate barriere al cambiamento e, in questo senso, auspicato, unitamente a Poste Mobile e Coop, un intervento tempestivo dell'Autorità volto ad agevolare i processi di portabilità del numero mobile.

D3.6 Quanto alle condizioni concorrenziali sussistenti nel mercato *wholesale*, la maggior parte degli operatori (BT, Coop, Tiscali, Fastweb e AIIP) ha rilevato che gli accordi di accesso sottoscritti fra MNO e MVO non costituiscono un indicatore univoco circa l'esistenza di un assetto competitivo del mercato. Ciò sia in ragione della natura di alcuni operatori nuovi entranti, spesso focalizzati su un *core business* diverso dalle telecomunicazioni, sia in generale della difficoltà, per i MVO, di replicare le offerte proposte dagli operatori infrastrutturati, in particolare sul traffico

*on-net*, anche in virtù dei vantaggi competitivi di cui gli stessi godono, fra i quali la possibilità di fruire del sussidio dei profitti derivanti dalla terminazione.

D3.7 Gli operatori sprovvisti di risorse radio hanno condiviso quanto rilevato dall'Autorità circa la presenza di alcune criticità di ordine tecnico, economico e contrattuale.

D3.8 A tal proposito, molti operatori virtuali hanno evidenziato la restrittività di alcune clausole contenute nei contratti con l'operatore ospitante, fortemente limitative della propria operatività, in primo luogo quanto all'autonomia di gestione dei rapporti con la clientela. Da questo punto di vista, i rispondenti alla consultazione hanno evidenziato l'importanza, al fine di permettere ai MVO di esercitare una reale pressione competitiva, che questi siano dotati di propri archi di numerazione e della possibilità di accedere alle informazioni di localizzazione del cliente (indispensabili per fornire servizi integrati). Ciò permetterebbe anche agli operatori virtuali di cambiare impresa ospitante trasferendo la propria clientela senza dover sostenere costi eccessivi.

D3.9 Un'altra criticità descritta dagli operatori è rappresentata dalle modalità di tariffazione di alcune direttrici, nella misura in cui vengono previste, nell'ambito della medesima rete dell'MNO, condizioni economiche differenziate a seconda della rete commerciale di appartenenza del cliente chiamato.

D3.10 BT, AIIP, Fastweb, Coop e Tiscali hanno sottolineato anche il potere di mercato detenuto dai MNO nell'accesso e raccolta delle chiamate mobili verso numerazioni non geografiche. Tale problematica è stata condivisa anche da Seat, Il Numero e 1288 SCT con riferimento alle chiamate dirette verso i servizi informazione abbonati.

D3.11 In relazione alla sussistenza di condizioni idonee a favorire meccanismi collusivi fra imprese, diversi operatori hanno ritenuto come l'Autorità non abbia correttamente analizzato gli elementi indicatori della presenza di un oligopolio collusivo, quali, in particolare, la struttura concentrata di mercato, la simmetria delle condizioni contrattuali applicate dagli MNO e gli incentivi alla collusione sia nell'accesso al mercato che nei rapporti contrattuali in corso. L'analisi di questi fattori porterebbe infatti a rinvenire una posizione dominante collettiva in capo a TI e a Vodafone. Tale conclusione non è stata comunque condivisa da tutti gli operatori virtuali, in quanto alcuni (Poste Mobile, Coop) hanno rilevato il mancato soddisfacimento dell'onere probatorio connesso all'accertamento di un oligopolio collusivo.

D3.12 Diversamente dagli operatori succitati, Vodafone, Wind e TI hanno rilevato la sussistenza di un contesto concorrenziale, a livello *retail*, caratterizzato dalla presenza di nuovi operatori che hanno sottoscritto accordi di accesso *wholesale*, i

quali stanno proponendo offerte diverse e appetibili. Tali soggetti hanno altresì rilevato la possibilità, anche da parte di qualche MVO, di proporre offerte integrate fisso-mobile.

D3.13 Vodafone, Wind e TI hanno quindi sottolineato l'insussistenza dei presupposti per un coordinamento fra gli stessi nel mercato dell'accesso, nel quale si registrerebbe anzi l'incentivo a concludere accordi con i MVO. In particolare, Wind ha ritenuto che, nel mercato dell'accesso, TI e Vodafone detengano posizioni di mercato e strutture di costo completamente differenti da quelle di Wind ed H3G.

***iii. III criterio***

D3.14 Diversi operatori (Fastweb, AIIP, BT, Coop, Welcome e Tiscali) hanno condiviso l'analisi svolta dall'Autorità in merito al terzo criterio, ritenendo necessario un immediato intervento *ex ante* di natura regolamentare. Per Seat, 1288SCT ed Il Numero l'Autorità dovrebbe, in tale ambito, intervenire sui costi di originazione di chiamate da reti mobili verso NNG, con particolare riferimento ai servizi di informazione abbonati. Poste Mobile ha reputato invece tale intervento non strettamente indispensabile, valutando come idoneo a fini competitivi anche il ruolo di vigilanza e tutela svolto dall'Autorità, come sostenuto anche da Wind e Seat.

D3.15 Vodafone e TI hanno ritenuto invece che proprio l'intervento antitrust abbia consentito l'ingresso degli operatori virtuali, sollecitando la conclusione di accordi di accesso *wholesale* alla rete mobile, caratterizzati dall'assenza di controversie nel corso delle trattative negoziali. In particolare, TI ha reputato necessario assicurare flessibilità nella conclusione degli accordi stessi, al fine di soddisfare le richieste dei diversi operatori virtuali.

D3.16 In conclusione, la maggior parte degli operatori ha giudicato soddisfatto il triplo test, auspicando quindi l'introduzione di puntuali obblighi regolamentari, mentre altri hanno ritenuto sufficiente, al fine di correggere le distorsioni presenti nel mercato dell'accesso, il ruolo di monitoraggio, vigilanza e tutela svolto dall'Autorità.

*Le valutazioni dell'Autorità all'esito della consultazione*

D3.17 Con riguardo al **primo criterio**, la maggior parte degli operatori ha condiviso *in toto* le valutazioni svolte dall'Autorità, mentre le posizioni contrarie descritte hanno rilevato come gli ostacoli individuati sarebbero comunque superabili nel breve-medio periodo.

D3.18 A tal proposito, l'Autorità ribadisce la difficoltà strutturale di addivenire a tale superamento.

D3.19 Infatti, anche laddove un nuovo operatore ottenesse nuove frequenze a 2100 MHz, le uniche che allo stato potrebbero effettivamente consentire un nuovo ingresso, l'operatività dello stesso sarebbe fortemente scoraggiata non solo dagli investimenti da sostenere, ma dalle prospettive di redditività attese in un mercato connotato, come confermato dall'analisi, da una certa maturità e da condizioni competitive comunque critiche. In particolare, diversamente da quanto osservato da TI, tali condizioni potrebbero impedire ad un ipotetico quinto operatore nuovo entrante e all'industria nel suo complesso di raggiungere un sufficiente grado di utilizzazione degli impianti, tale da sfruttare un livello minimo di economie di scala.

D3.20 Sul punto, va anche sottolineato che la procedura di assegnazione delle frequenze non prevede un'automatica aggiudicazione delle stesse a nuovi entranti, ma l'esperimento di procedure competitive nelle quali gli operatori già presenti sul mercato sarebbero incentivati a partecipare, al fine di potenziare le proprie reti già esistenti.

D3.21 In tale contesto, diversamente da quanto sostenuto dagli MNO intervenuti nel corso della consultazione pubblica, appare problematico anche ritenere superate le barriere all'ingresso attraverso accordi di condivisione delle infrastrutture. Infatti, sebbene il ricorso a questi strumenti possa avere una valenza positiva, di fatto non elimina le difficoltà riscontrate nell'ambito della presente analisi circa l'ingresso nel mercato di un altro operatore di rete.

D3.22 Avuto riguardo al **secondo criterio**, si osserva, innanzitutto, che la disciplina comunitaria non ha nettamente separato, dal punto di vista procedurale, un'analisi diretta a verificare il superamento del triplo test da una successiva analisi rivolta alla valutazione del significativo potere di mercato, né quest'ultima necessiterebbe, nel caso di specie, di un grado di approfondimento tecnico o analitico carente nel presente documento.

D3.23 Infatti, l'analisi svolta nel procedimento riflette quanto espresso al punto 6 dei considerata della Raccomandazione: "*per quanto concerne il primo e il secondo criterio, i principali indicatori da considerare al momento della valutazione sono analoghi a quelli esaminati nel contesto di un'analisi di mercato in prospettiva futura […]*".

D3.24 D'altra parte anche la Commissione, nell'*Explanatory Note* alla Raccomandazione succitata, nell'esaminare la struttura dei diversi mercati delle comunicazioni elettroniche ai fini dell'individuazione di quelli suscettibili di regolamentazione *ex ante*, ha ritenuto che "*NRAs may need to examine the overall degree of market power of undertakings and the impact on effective competition. The identification of a retail market (as part of the value chain) for the purposes of ex ante market analysis does not imply, where there is a finding of a lack of effective*

*competition by a NRA, that regulatory remedies would be applied to a retail market*".

D3.25 In tale contesto, l'Autorità - come sottolineato nei paragrafi 124-127 -, nell'ambito dell'indagine circa il superamento del secondo criterio, ha esaminato le condizioni generali di mercato allo stato vigenti sia a livello *retail* che *wholesale*. In linea con la metodologia di indagine richiesta dalla Commissione circa i fattori suscettibili di indicare la tendenza del mercato verso una situazione di concorrenza effettiva, tali fattori sono stati quindi analizzati sia in senso statico sia dinamico, verificando, alla luce delle condizioni generali già rinvenute, la presenza di incentivi, per le imprese, a porre in essere comportamenti collusivi

D3.26 Nel merito, l'analisi del secondo criterio ha mostrato una sostanziale condivisione, da parte degli operatori virtuali, delle criticità riscontrate sia nella conclusione di accordi di accesso, sia nelle condizioni contrattuali presenti negli stessi. Tali operatori hanno quindi rinvenuto la presenza di condizioni atte a facilitare comportamenti collusivi fra gli operatori di rete mobile, in particolare tra quelli che dispongono di una preminente posizione di mercato.

D3.27 A tal proposito, sebbene l'Autorità stessa abbia rinvenuto un contesto di mercato che potrebbe limitare, in prospettiva, la possibilità per gli MVO di esercitare una reale pressione competitiva, va rilevato che, dalla consultazione, è emersa la sussistenza di ostacoli oggettivi, talvolta non riconducibili alle condizioni contrattuali imposte dagli operatori ospitanti.

D3.28 In taluni casi, il modello di *business* da adottare è risultato essere il frutto di una scelta autonoma dell'operatore richiedente l'accesso. Sul punto, alcuni operatori hanno infatti specificato di essere volutamente entrati nel mercato in qualità di ESP, in modo tale da iniziare le attività nel settore della telefonia mobile con un investimento contenuto rispetto alla soluzione *full* MVNO, e che la scelta di procedere lungo la scala delle dotazioni infrastrutturali dipenderà dallo sviluppo del mercato e dalle strategie delle imprese.

D3.29 Inoltre, le difficoltà incontrate dagli operatori virtuali nel replicare le offerte proposte dagli operatori infrastrutturati, in particolare sul traffico *on-net* – come riconosciuto dagli stessi operatori virtuali – risultano strettamente connesse al funzionamento del mercato dei servizi di terminazione vocale su singola rete mobile. In tale ambito, l'Autorità ha di recente concluso l'analisi di tale mercato, i cui esiti, nel mese di luglio, sono stati sottoposti a consultazione pubblica nazionale (delibera n. 305/08/CONS) e, nel mese di ottobre, sono stati inviati all'AGCM e alla Commissione europea per acquisire i rispettivi pareri. Il provvedimento finale (adottato con la delibera n. 667/08/CONS del 26 novembre 2008) prevede riduzioni delle tariffe attualmente in vigore nella misura di circa il 50 per cento nell'arco del prossimo quadriennio, nonché la conferma delle regole vigenti in materia di

trasparenza, non discriminazione e rendicontazione contabile, volte ad impedire l'attuazione di politiche di *pricing* anticompetitive.

D3.30 Il passaggio di un cliente da una rete ad un'altra ed il cambio di fornitore dei servizi di accesso per un operatore virtuale risultano procedure complesse, dal momento in cui richiedono il coordinamento di più soggetti e interessano profili normativi e tecnici. Proprio in virtù di ciò, l'Autorità, da un lato, ha di recente emanato il provvedimento concernente "Norme riguardanti la portabilità del numero mobile" (cfr. delibera n. 78/08/CIR del 26 novembre 2008) e, dall'altro lato, valuterà l'opportunità di consentire agli operatori virtuali di acquisire propri archi di numerazione (cfr. *infra*). Tali attività sono finalizzate ad assicurare il corretto funzionamento del mercato per l'insieme dei soggetti ivi operanti, garantendo che non abbiano luogo distorsioni nel settore; gli interventi in questione prescindono dalla valutazione del grado di concorrenza vigente nel mercato.

D3.31 Peraltro, negli ultimi due anni, il mercato dell'accesso ha visto una certa vivacità, dovuta alle negoziazioni intraprese fra MNO e MVO, caratterizzate in taluni casi da forme di competizione tra operatori nella sottoscrizione di accordi, che hanno comunque consentito al mercato di evolvere verso una struttura più competitiva.

D3.32 In particolare, l'Autorità ha verificato l'evoluzione, negli ultimi anni, delle condizioni concorrenziali del mercato dei servizi di comunicazione mobile e personale e del mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti mobili.

D3.33 A tal proposito, l'Autorità registra, negli ultimi mesi, un ulteriore progresso del grado di concorrenza nei menzionati mercati. Rispetto al quadro degli accordi giuridicamente vincolanti stipulati tra MNO e MVO fornito nel testo sottoposto a consultazione pubblica (cfr. tabella 1), risultano siglati, a ottobre 2008, due ulteriori accordi. Inoltre, alcuni operatori virtuali hanno effettivamente iniziato la commercializzazione dei servizi di comunicazione mobile e personale agli utenti finali, in virtù degli accordi stipulati tra la fine del 2007 e l'inizio del 2008.

D3.34 Per quanto riguarda le condizioni del mercato retail, innanzitutto si registra che gli operatori virtuali hanno raggiunto un milione di clienti a fine ottobre 2008. In secondo luogo, l'andamento dei prezzi nel mercato, sulla base delle evidenze fornite dalla valorizzazione dei panieri di spesa adottati dall'Autorità sia per la prima analisi del mercato sia per la presente analisi, mostra un'ulteriore diminuzione dei prezzi negli ultimi 12 mesi e la presenza di operatori virtuali che propongono condizioni economiche più vantaggiose di quelle degli operatori di rete mobile. Al contempo, si rileva che le evidenze disponibili non consentono di stabilire l'esistenza di una correlazione diretta tra la diminuzione dei prezzi registrata nell'ultimo anno e l'ingresso degli operatori virtuali nel mercato. In terzo luogo, l'andamento delle acquisizioni dei clienti attraverso la *mobile number portability* da parte degli

operatori sprovvisti di risorse radio mostra una capacità di questi di sottrarre clienti a tutti gli operatori di rete mobile; in particolare, fino ad ottobre 2008, l'insieme degli operatori virtuali ha sottratto clienti sia a WIND e H3G, in misura meno che proporzionale delle rispettive quote di mercato, sia a TIM e Vodafone, in misura proporzionale o più che proporzionale delle quote di mercato detenute da questi ultimi.

D3.35 Nel quadro economico come sopra delineato, non è dato individuare un'impresa, individualmente o congiuntamente con altre, che goda di un significativo potere di mercato. Innanzitutto, risulta impervio – in virtù della specifica regolamentazione declinata per la fornitura dei servizi di terminazione vocale su rete mobile e della distinzione tra questi servizi e quelli di accesso e originazione, oggetto del presente provvedimento – presumere, come ritenuto da alcuni operatori intervenuti nel corso della consultazione pubblica, una posizione dominante da parte di ciascun MNO ai sensi dell'art. 14 della direttiva Quadro. Del resto, l'applicazione di tale strumento non trova riscontro, a livello europeo, nelle altre analisi del mercato dell'accesso e dell'originazione su rete mobile condotte dalle autorità nazionali di regolamentazione.

D3.36 Quanto alla sussistenza dei presupposti per rinvenire una posizione dominante collettiva, l'Autorità ritiene, sulla base dei risultati dell'analisi svolta, che non siano verificate le condizioni richieste per sostenere l'esistenza della stessa. A tal proposito, va infatti preliminarmente evidenziato come tale verifica non possa ritenersi soddisfatta, diversamente da quanto sostenuto da taluni operatori, sulla base di una certa univocità delle condotte di mercato osservata in capo a TI e Vodafone. Infatti, al fine di individuare una posizione dominante collettiva, devono sussistere, unitamente a determinate caratteristiche del mercato, univoche evidenze relative ad una stabile convergenza delle politiche commerciali delle imprese, con conseguente significativa alterazione del contesto concorrenziale. Tale convergenza dovrebbe verosimilmente coinvolgere anche Wind e H3G, che invece, sulla base dei dati disponibili, hanno tutto l'interesse ad agire in autonomia al fine di conquistare maggiori quote di mercato.

D3.37 Più precisamente, si osserva che l'ipotesi di posizione dominante collettiva, in capo all'insieme degli MNO italiani ovvero ad un loro sottoinsieme, non risulta al momento sostenuta dall'evidenza fattuale. Avuto riguardo al primo caso, i risultati dell'analisi di mercato (cfr. para. 150-151) e della consultazione hanno invece mostrato la perdurante esistenza di differenze fra gli operatori infrastrutturati, in termini di dotazioni frequenziali, strutture di costo, quote di mercato e margini di redditività, nonché la presenza di capacità trasmissiva inutilizzata.

D3.38 Nel secondo caso, non sembrano sussistere le caratteristiche che potrebbero rendere la collusione tacita sostenibile nel tempo (cfr. anche par. 159). Difatti, risulta difficile dimostrare che Wind e/o H3G non possano svolgere il ruolo di

operatori “dissidenti” (c.d. operatore *maverick*), ossia interferire sulla condotta adottata dalle imprese concorrenti e quindi rimettere in discussione i risultati attesi dalle imprese che colludono tacitamente. Le imprese in questione, data la loro posizione di mercato, hanno l’incentivo – qualora TI e Vodafone ostacolino l’accesso di determinati soggetti oppure impediscano agli operatori virtuali attestati sulle proprie reti di esercitare una consistente pressione concorrenziale – a vendere una parte della capacità produttiva inutilizzata agli operatori virtuali, al fine di conquistare quote di mercato ed utilizzare in modo più efficiente le proprie reti. In tal senso, Wind e H3G hanno gli strumenti per rimettere in discussione i risultati attesi dalla comune linea d’azione eventualmente adottata da TI e Vodafone.

D3.39 A tal proposito, i risultati dell’analisi e della consultazione pubblica hanno peraltro mostrato le difficoltà per le imprese di individuare, nelle specifiche circostanze italiane, una linea d’azione comune su cui convergere (c.d. *focal point*). Con riferimento alle ipotesi avanzate al punto 152, alcuni operatori hanno infatti specificato di essere volutamente entrati nel mercato in qualità di ESP e che l’evoluzione verso forme più infrastrutturate di accesso alla rete mobile dipenderà dallo sviluppo del mercato. Inoltre, gli operatori virtuali ad oggi entrati nel mercato italiano provengono da diversi settori merceologici, incluso la telefonia fissa, e sono distribuiti tra i quattro MNO, impedendo pertanto di ipotizzare l’adozione di una linea comune volta ad escludere determinate tipologie di soggetti. Infine, gli operatori virtuali attivi nel mercato italiano hanno proseguito, negli ultimi mesi, nell’acquisizione di clienti (raggiungendo, ad ottobre 2008, un milione di SIM attive) anche in virtù di offerte commerciali talvolta più vantaggiose rispetto a quelle proposte dalle divisioni commerciali degli MNO.

D3.40 Infine, nell’ambito della consultazione pubblica, non sono emersi elementi sufficienti per ritenere che nel mercato sussista un grado di trasparenza tale da consentire a ciascuna impresa interessata di conoscere, in modo sufficientemente preciso e immediato, l’evoluzione del comportamento sul mercato di ciascun altro partecipante al coordinamento.

D3.41 In tale contesto, l’Autorità ritiene che le problematiche riscontrate, fisiologiche in un processo di progressiva apertura del mercato, non siano idonee a precludere al mercato di orientarsi verso condizioni maggiormente concorrenziali e, pertanto, che il secondo criterio non risulti univocamente soddisfatto nelle specifiche circostanze del mercato italiano.

D3.42 Per quel che concerne il **terzo criterio**, l’analisi svolta ha consentito di confermare le valutazioni già svolte dall’Autorità e condivise da quasi tutti gli operatori. Le posizioni discordanti sono state basate sui risultati dell’intervento dell’Autorità Antitrust effettuato con l’istruttoria A/357. L’Autorità ricorda che tale istruttoria, sebbene abbia contribuito ad una prima apertura del mercato, si è conclusa diversi anni dopo che gli operatori non infrastrutturati avevano manifestato

l'interesse ad entrare nel mercato, segnalando le difficoltà incontrate a tal fine. Peraltro, le problematiche nei rapporti negoziali fra gli operatori lamentate nel corso della consultazione potrebbero trovare soluzione in tempi brevi attraverso il ricorso agli strumenti predisposti a tal fine dall'Autorità.

D3.43 Sul punto, va infatti ricordato che, nonostante le conclusioni raggiunte nell'analisi in merito al mancato superamento del triplo test, nel corso della consultazione sono emerse alcune criticità rispetto alle quali non è stato possibile pervenire ad esito univoco. In particolare, sebbene siano state rinvenute condizioni di mercato sufficientemente concorrenziali, ciò non esclude che, anche in futuro, possano sorgere problematiche nei rapporti fra MNO e MVO, afferenti ad esempio la conclusione di accordi, il contenuto degli stessi ovvero la rinegoziazione delle condizioni contrattuali. In tale contesto, si rileva anche la necessità di valutare attentamente la possibilità di assegnare un proprio arco di numerazione agli operatori virtuali, in modo da consentire loro di operare in maniera sempre più autonoma.

D3.44 In merito, vale ricordare il ruolo di monitoraggio e vigilanza dell'Autorità sui rapporti commerciali fra operatori di rete e virtuali, richiamato da diversi operatori, e che comunque rimarrà operante, nonché la competenza in materia di risoluzione delle controversie fra gli operatori succitati. A tal proposito, vale evidenziare la recente emanazione, da parte dell'Autorità, del nuovo "*Regolamento concernente la risoluzione delle controversie tra operatori di comunicazione elettronica*" di cui alla delibera n. 352/08/CONS. In particolare, l'art. 2, comma 1 del Regolamento (all. A alla delibera succitata) dispone che "*Ai sensi dell'articolo 23 del Codice, sono rimesse alla competenza dell'Autorità le controversie fra imprese che forniscono reti o servizi di comunicazione elettronica, aventi ad oggetto gli obblighi derivanti dal Codice, dalla direttiva quadro, dalle direttive particolari, da provvedimenti dell'Autorità ovvero da altre fonti, anche negoziali, che ne costituiscono attuazione*". Al riguardo, si rammenta infatti che, ai sensi dell'art. 2, comma 5 della delibera n. 544/00/CONS, "*la fornitura di capacità da parte degli operatori di rete mobile [...] avviene sulla base di negoziazione commerciale, nel rispetto dei principi di trasparenza e non discriminazione*". L'Autorità potrebbe, dunque, essere chiamata a decidere in merito ad eventuali controversie che dovessero insorgere riguardo all'applicazione di tale norma. Allo stesso modo, l'Autorità potrebbe anche assumere un ruolo dirimente delle controversie fra MNO e operatori che offrono servizi di chiamata verso NNG, nel caso di istanza di una delle parti. Il Regolamento prevede peraltro un termine ordinatorio breve per la definizione della controversia (4 mesi).

D3.45 Con riguardo ad ulteriori problematiche sulle quali gli operatori hanno sollecitato un intervento, si segnala che l'Autorità intende valutare la possibilità di un intervento con il quale vengano specificate le modalità per l'assegnazione degli

archi di numerazione agli operatori virtuali. Parallelamente, l'Autorità – fermo restando che ai fini della presente analisi di mercato non risulta necessaria una specificazione più puntuale delle definizioni fornite nella delibera n. 544/00/CONS – valuterà l'opportunità di rivedere la vigente classificazione di operatori virtuali alla luce dell'evoluzione delle condizioni concorrenziali e tecniche dei mercati della telefonia mobile.

D3.46 Da ultimo, l'Autorità valuterà la possibilità di istituire un tavolo tecnico al fine di condividere con gli operatori le problematiche che potrebbero sorgere nei rapporti contrattuali fra di essi, al fine di vagliare soluzioni condivise.

Tutto ciò premesso e considerato,

VISTO il parere dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), pervenuto in data 6 febbraio 2009, relativo allo schema di provvedimento concernente "Mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili in Italia" adottato dall'Autorità in data 17 dicembre 2008;

CONSIDERATO che, in primo luogo, l'AGCM concorda con l'Autorità nell'individuazione di un mercato nazionale dei servizi di accesso e di raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili, definito come il mercato dell'offerta congiunta dei servizi di accesso e di originazione da parte degli operatori nazionali di rete mobile a imprese che forniscono (o intendono fornire) servizi di comunicazione mobile agli utenti finali;

CONSIDERATO – inoltre – che l'AGCM, in relazione all'individuazione delle condizioni di concorrenzialità nel mercato, mentre condivide pienamente le conclusioni dell'Autorità, formula valutazioni in parte diverse circa lo specifico aspetto dell'adeguatezza del diritto della concorrenza a rimediare ad eventuali fallimenti del mercato. In particolare, l'AGCM sottolinea l'efficacia dei poteri di cui dispone, peraltro di recente rafforzati con la possibilità di adottare misure cautelari nei procedimenti nazionali in applicazione degli artt. 2 e 3 della legge 287/90 e decisioni con impegni tali da far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto di istruttoria;

RITENUTO di condividere le argomentazioni dell'AGCM in merito al rafforzamento della sua azione amministrativa a tutela della concorrenza, in particolare per quanto concerne una maggiore tempestività degli interventi;

CONSIDERATO, inoltre, che – come rilevato anche da ultimo nel documento "ERG report on guidance on the application of the three criteria test" – la struttura oligopolistica di un mercato, come nel caso in esame, può richiedere una azione congiunta della regolamentazione e del diritto della concorrenza, al fine di garantire ai diversi operatori il perdurare nel tempo di eguali condizioni competitive;

CONSIDERATO che questa azione congiunta risulta opportuna anche in mercati non soggetti a regolamentazione ex ante, in quanto – in ogni caso – l'Autorità di regolamentazione esercita un costante monitoraggio ed una continua vigilanza sulle condizioni di mercato e concorrenziali dell'insieme dei mercati delle comunicazioni elettroniche, al fine di individuare tempestivamente gli eventuali ostacoli ad una corretta competizione;

CONSIDERATO – conclusivamente – che l'AGCM, con le precisazioni e le osservazioni suesposte in merito all'analisi dell'ultimo dei tre criteri di cui al punto 2 della raccomandazione della Commissione europea del 17 dicembre 2007, condivide la conclusione circa la non suscettibilità di regolamentazione ex-ante del mercato in esame;

VISTA la lettera della Commissione Europea SG-Greffe (2009) D/175 del 19 gennaio 2009 relativa allo schema di provvedimento concernente "Mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili in Italia" adottato dall'Autorità in data 17 dicembre 2009 e notificato alla Commissione europea ed ai Paesi membri in data 19 dicembre 2009;

CONSIDERATO che la Commissione europea non ha formulato alcun commento in relazione allo schema di provvedimento notificato dall'Autorità e ha concluso che, secondo quanto stabilito dall'articolo 7, comma 5, della Direttiva 2002/21/EC, l'Autorità può adottare la decisione finale dovendo, in tal caso, comunicarla alla Commissione;

UDITA la relazione dei Commissari Roberto Napoli ed Enzo Savarese, relatori ai sensi dell'articolo 29 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

**DELIBERA**

**Art. 1**

**IDENTIFICAZIONE DEL MERCATO RILEVANTE**

1. Il mercato dei servizi di accesso e di raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili è definito come il mercato relativo all'offerta congiunta dei servizi di accesso e originazione da parte degli operatori italiani di rete mobile alle imprese che forniscono (o intendono fornire) servizi di comunicazione mobile e personale agli utenti finali.
2. Il mercato dei servizi di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili ha dimensione geografica nazionale.

## Art. 2
### SUSCETTIBILITA' DEL MERCATO ALLA REGOLAMENTAZIONE EX ANTE

1. Il mercato dei servizi di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili non è suscettibile di regolamentazione *ex ante*, nell'arco temporale di riferimento della presente analisi del mercato e sulla base delle circostanze nazionali, non risultando cumulativamente soddisfatti i tre criteri di cui al punto 2 della Raccomandazione della Commissione europea del 17 dicembre 2007.

Il presente provvedimento è trasmesso alla Commissione europea ed alle Autorità di regolamentazione degli Stati membri dell'Unione europea.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio ai sensi dell'art. 1, comma 26, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

Il presente provvedimento è pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, nel Bollettino ufficiale e sul sito web dell'Autorità.

Roma, 13 febbraio 2009

*Il presidente*
CALABRÒ

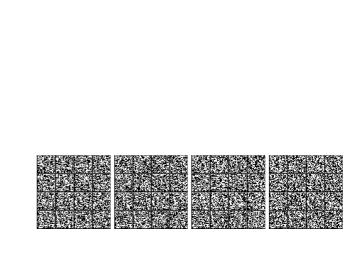
*Il commissario relatore*
NAPOLI

*Il commissario relatore*
SAVARESE

**09A02133**

ITALO ORMANNI, *direttore*

ALFONSO ANDRIANI, *redattore*
DELIA CHIARA, *vice redattore*

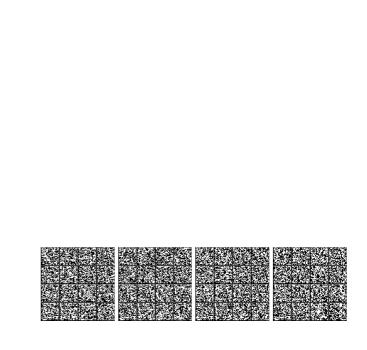
(G903018/1) Roma, 2009 - Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - S.

## MODALITÀ PER LA VENDITA

**La «Gazzetta Ufficiale» e tutte le altre pubblicazioni dell'Istituto sono in vendita al pubblico:**

- **presso l'Agenzia dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. in ROMA, piazza G. Verdi, 10 - ☎ 06 85082147;**
- **presso le librerie concessionarie riportate nell'elenco consultabile sul sito www.ipzs.it, al collegamento rete di vendita (situato sul lato destro della pagina).**

L'Istituto conserva per la vendita le Gazzette degli ultimi 4 anni fino ad esaurimento. Le richieste per corrispondenza potranno essere inviate a:

Funzione Editoria - U.O. DISTRIBUZIONE
Attività Librerie concessionarie, Vendita diretta e Abbonamenti a periodici
Piazza Verdi 10, 00198 Roma
fax: 06-8508-4117
e-mail: editoriale@ipzs.it

avendo cura di specificare nell'ordine, oltre al fascicolo di GU richiesto, l'indirizzo di spedizione e di fatturazione (se diverso) ed indicando i dati fiscali (codice fiscale e partita IVA, se titolari) obbligatori secondo il DL 223/2007. L'importo della fornitura, maggiorato di un contributo per le spese di spedizione, sarà versato in contanti alla ricezione.

GAZZETTA UFFICIALE
DELLA REPUBBLICA ITALIANA

## CANONI DI ABBONAMENTO ANNO 2009 (salvo conguaglio) (*)

### GAZZETTA UFFICIALE - PARTE I (legislativa)

| | | | CANONE DI ABBONAMENTO |
|---|---|---|---|
| **Tipo A** | Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi tutti i supplementi ordinari: | | |
| | *(di cui spese di spedizione € 257,04)* | - annuale | € **438,00** |
| | *(di cui spese di spedizione € 128,52)* | - semestrale | € **239,00** |
| **Tipo A1** | Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi i soli supplementi ordinari contenenti i provvedimenti legislativi: | | |
| | *(di cui spese di spedizione € 132,57)* | - annuale | € **309,00** |
| | *(di cui spese di spedizione € 66,28)* | - semestrale | € **167,00** |
| **Tipo B** | Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata agli atti dei giudizi davanti alla Corte Costituzionale: | | |
| | *(di cui spese di spedizione € 19,29)* | - annuale | € **68,00** |
| | *(di cui spese di spedizione € 9,64)* | - semestrale | € **43,00** |
| **Tipo C** | Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata agli atti della CE: | | |
| | *(di cui spese di spedizione € 41,27)* | - annuale | € **168,00** |
| | *(di cui spese di spedizione € 20,63)* | - semestrale | € **91,00** |
| **Tipo D** | Abbonamento ai fascicoli della serie destinata alle leggi e regolamenti regionali: | | |
| | *(di cui spese di spedizione € 15,31)* | - annuale | € **65,00** |
| | *(di cui spese di spedizione € 7,65)* | - semestrale | € **40,00** |
| **Tipo E** | Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata ai concorsi indetti dallo Stato e dalle altre pubbliche amministrazioni: | | |
| | *(di cui spese di spedizione € 50,02)* | - annuale | € **167,00** |
| | *(di cui spese di spedizione € 25,01)* | - semestrale | € **90,00** |
| **Tipo F** | Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi tutti i supplementi ordinari, e dai fascicoli delle quattro serie speciali: | | |
| | *(di cui spese di spedizione € 383,93)* | - annuale | € **819,00** |
| | *(di cui spese di spedizione € 191,46)* | - semestrale | € **431,00** |
| **Tipo F1** | Abbonamento ai fascicoli della serie generale inclusi i supplementi ordinari con i provvedimenti legislativi e ai fascicoli delle quattro serie speciali: | | |
| | *(di cui spese di spedizione € 264,45)* | - annuale | € **682,00** |
| | *(di cui spese di spedizione € 132,22)* | - semestrale | € **357,00** |

**N.B.:** L'abbonamento alla GURI tipo A, A1, F, F1 comprende gli indici mensili
**Integrando con la somma di € 80,00** il versamento relativo al tipo di abbonamento alla ***Gazzetta Ufficiale*** - parte prima - prescelto, si riceverà anche l'**Indice Repertorio Annuale Cronologico per materie anno 2009.**

### CONTO RIASSUNTIVO DEL TESORO

Abbonamento annuo (incluse spese di spedizione) € **56,00**

### PREZZI DI VENDITA A FASCICOLI
(Oltre le spese di spedizione)

| Prezzi di vendita: | | |
|---|---|---|
| | serie generale | € 1,00 |
| | serie speciali (escluso concorsi), ogni 16 pagine o frazione | € 1,00 |
| | fascicolo serie speciale, *concorsi*, prezzo unico | € 1,50 |
| | supplementi (ordinari e straordinari), ogni 16 pagine o frazione | € 1,00 |
| | fascicolo Bollettino Estrazioni, ogni 16 pagine o frazione | € 1,00 |
| | fascicolo Conto Riassuntivo del Tesoro, prezzo unico | € 6,00 |

I.V.A. 4% a carico dell'Editore

**5ª SERIE SPECIALE - CONTRATTI ED APPALTI**

| | | |
|---|---|---|
| *(di cui spese di spedizione € 127,00)* | - annuale | € **295,00** |
| *(di cui spese di spedizione € 73,00)* | - semestrale | € **162,00** |

**GAZZETTA UFFICIALE - PARTE II**

| | | |
|---|---|---|
| *(di cui spese di spedizione € 39,40)* | - annuale | € **85,00** |
| *(di cui spese di spedizione € 20,60)* | - semestrale | € **53,00** |

Prezzo di vendita di un fascicolo, ogni 16 pagine o frazione (oltre le spese di spedizione) € 1,00
I.V.A. 20% inclusa

### RACCOLTA UFFICIALE DEGLI ATTI NORMATIVI

Abbonamento annuo
Abbonamento annuo per regioni, province e comuni - SCONTO 5%
Volume separato (oltre le spese di spedizione) € 18,00
I.V.A. 4% a carico dell'Editore

Per l'estero i prezzi di vendita, in abbonamento ed a fascicoli separati, anche per le annate arretrate, compresi i fascicoli dei supplementi ordinari e straordinari, devono intendersi raddoppiati. Per il territorio nazionale i prezzi di vendita dei fascicoli separati, compresi i supplementi ordinari e straordinari, relativi ad anni precedenti, devono intendersi raddoppiati. Per intere annate è raddoppiato il prezzo dell'abbonamento in corso. Le spese di spedizione relative alle richieste di invio per corrispondenza di singoli fascicoli, vengono stabilite, di volta in volta, in base alle copie richieste.

**N.B. - Gli abbonamenti annui decorrono dal 1° gennaio al 31 dicembre, i semestrali dal 1° gennaio al 30 giugno e dal 1° luglio al 31 dicembre.**

***RESTANO CONFERMATI GLI SCONTI IN USO APPLICATI AI SOLI COSTI DI ABBONAMENTO***

**ABBONAMENTI UFFICI STATALI**
Resta confermata la riduzione del 52% applicata sul solo costo di abbonamento

* tariffe postali di cui al Decreto 13 novembre 2002 (G.U. n. 289/2002) e D.P.C.M. 27 novembre 2002 n. 294 (G.U. 1/2003) per soggetti iscritti al R.O.C.